

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN  
DEPARTMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT  
INSTITUT UNR

**Bachelorarbeit**

**Ein Label für die Casa Moscia – Nachhaltigkeitscheck und Handlungsempfehlungen**



von

**Sandra Haessig**

Bachelorstudiengang

Datum: 29. September 2019

Umweltingenieurwesen 2016

Umweltsysteme und nachhaltige Entwicklung

**Fachkorrektoren 1:**

Birgit Reutz

ZHAW, Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung

Center da Capricorns, 7433 Wergenstein

**Fachkorrektoren 2:**

Simone Gruber

ZHAW, Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung

Center da Capricorns, 7433 Wergenstein

# **Ein Label für die Casa Moscia – Nachhaltigkeitscheck und Handlungsempfehlungen**

Bachelorarbeit

## **Impressum**

Bild Titelseite: Casa Moscia

Quelle: Sandra Haessig

## **Schlagworte:**

Nachhaltigkeitscheck, Handlungsempfehlungen, Nachhaltigkeitslabel, Hotellerie, Nachhaltigkeit in der Hotellerie

## **Zitiervorschlag:**

Haessig, S. (2019, unveröffentlicht). Ein Label für das Casa Moscia – Nachhaltigkeitscheck und Handlungsempfehlungen. Bachelorarbeit. Wädenswil: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Institut für Umwelt und natürliche Ressourcen (IUNR)  
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
CH-8820 Wädenswil

## Zusammenfassung

---

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit der Umsetzung der Nachhaltigkeit im Betrieb der Praxispartnerin Casa Moscia, einer Seeherberge in Moscia im Tessin. Mit dieser Arbeit wird die Casa Moscia in ihrem Prozess unterstützt, sich nachhaltiger in den vier Dimensionen (Management, Ökologie, Soziales und Wirtschaft) auszurichten.

Das Ziel der Arbeit ist es, der Casa Moscia, ausgehend von einer Situationsanalyse, die Handlungsempfehlungen aufzuzeigen, in welchen sie sich in Bezug auf die verschiedenen Nachhaltigkeitsbereiche verbessern können. Diese Arbeit möchte den internen Prozess der Casa Moscia in Richtung eines nachhaltigeren Betriebes anstossen und unterstützen. Ein weiteres Ziel ist es, die Entscheidungsfindung für eine Anmeldung eines der Nachhaltigkeitslabels zu unterstützen.

Durch eine Literaturrecherche sind Instrumente zur Messung der Nachhaltigkeit sowie Nachhaltigkeitslabels erarbeitet worden. Anhand der Ergebnisse wurde ein Nachhaltigkeits-Check in einem Zweistufen-Verfahren durchgeführt. In einem ersten Schritt am 30. März 2019 wurde eine Situationsanalyse des Betriebes erstellt. In einem zweiten Schritt fand eine Befragung der Mitarbeitenden statt. Die Befragungen fanden zwischen dem 15. und 17. Mai 2019 statt. Basierend auf diesen beiden Ergebnissen wurden verschiedene Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Aus der Situationsanalyse ist hervorgegangen, dass sich die Casa Moscia bereits in vielen Kriterien engagiert. Dieses Engagement wird jedoch nicht von allen Mitarbeitenden mitgetragen und wird noch nicht aktiv gelebt. Die Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit ist kaum vorhanden. Der Umbau im Jahr 2022 wird die Bereiche der Haustechnik und Energiegewinnung verbessern und fliesst deshalb nicht in die Handlungsempfehlungen ein. Im Rahmen der sozialen Nachhaltigkeit werden keine Handlungsempfehlung abgeleitet, weil die Casa Moscia sich sehr für die Mitarbeitenden und dessen Weiterentwicklung einsetzt.

Aus der Mitarbeitendenbefragung mit sieben der festangestellten Mitarbeitenden sind ähnliche Resultate hervorgegangen. Die Mitarbeitenden schätzen die Bemühungen der Casa Moscia zu mehr Nachhaltigkeit, sehen jedoch Verbesserungspotenzial bei der Kommunikation gegenüber den Gästen. Weiter wünschen sie sich mehr Unterstützung der Vorgesetzten, wenn es um die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmassnahmen geht. Positiv geht jedoch hervor, dass Ideen der Mitarbeitenden angenommen werden und von ihnen umgesetzt werden können.

Aus diesen Resultaten gehen in erster Linie Empfehlungen für das Management sowie die interne und externe Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit hervor. Es werden weitere Empfehlungen für die Haustechnik sowie den Gastronomiebereich gegeben. Ein weiterer Teil der Arbeit ist die Empfehlung, wie bei dem Anmeldeprozess für ein Nachhaltigkeits-Label vorgegangen wird.

Durch diese Bachelorarbeit wurde ein Prozess angestossen, damit sich die Casa Moscia nachhaltiger ausrichtet. Der geplante Umbau des Gebäudes im Jahr 2022 bietet eine ideale Basis, um nicht nur technische Verbesserungen vorzunehmen, sondern auch, um eine ganzheitliche Umstellung in Richtung eines nachhaltigeren Betriebs anzustreben.

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with the implementation of sustainability at the practice partner of Casa Moscia, a lake hostel in Moscia in Ticino. This work supports Casa Moscia in its process of orienting itself more sustainably in the four dimensions (management, ecology, social and economic).

The aim of the work is to show the Casa Moscia, based on a situation analysis, the recommendations for action, in which they can improve in relation to the various areas of sustainability. This work aims to initiate and support the internal process of Casa Moscia towards a more sustainable operation. Another goal is to support the decision-making process for the registration for one of the sustainability labels.

Through a literature search, instruments for measuring sustainability as well as sustainability labels have been presented. Based on the results, a sustainability check was carried out in a two-stage procedure. In a first step on 30 March 2019, a situation analysis of the company was done. In a second step, the employees were questioned. The interviews took place between the 15 and 17 May 2019. Based on these two results, various recommendations for action were developed.

The situation analysis showed that Casa Moscia is already doing a lot in many criteria. However, this commitment is not supported by all employees and is not yet actively lived. There is hardly any communication about sustainability. The renovation in 2022 will improve the building and energy situation and is therefore not included in the recommendations for action. Within the framework of social sustainability, no recommendations for action will be derived because Casa Moscia is very committed to its employees and their further development.

The employee survey with seven of the permanent employees showed similar results. Employees appreciate Casa Moscia's efforts to achieve greater sustainability but see potential for improvement in their communication with guests. They also want more support from their superiors when it comes to implementing sustainability measures. On the positive side, however, employees' ideas are accepted and can be implemented by them.

These results primarily bring up recommendations for management as well as internal and external communication on the subject of sustainability. Further recommendations are given for building services and the restaurant sector. Another part of the work is the recommendation on how to proceed in the registration process for a sustainability label.

This bachelor thesis initiated a process to make Casa Moscia more sustainable. The planned reconstruction of the building in 2022 offers an ideal basis, not only for making technical improvements, but also for striving for a holistic change towards more sustainable operation.

## **Dank**

Ich möchte mich bei der Casa Moscia und Herrn Michel Bieri für die Zusammenarbeit sowie die Beherbergung und Verpflegung während meinen Aufenthalt im Tessin bedanken. Einen speziellen Dank möchte ich den Mitarbeitenden der Casa Moscia aussprechen für ihre offene und proaktive Mithilfe sowie für ihre Bereitschaft, an der Befragung teilzunehmen.

Bei meinen Korrektorinnen, Frau Birgit Reutz und Frau Simone Gruben, möchte ich mich für die Unterstützung, Ratschläge und Hilfestellungen bedanken.

## Inhaltsverzeichnis

---

Abkürzungsverzeichnis .....	1
1. Einleitung .....	2
1.1. Ausgangslage .....	4
1.2. Fragestellung .....	4
1.3. Zielsetzungen .....	4
1.4. Rahmenbedingungen .....	4
2. Praxispartnerin Casa Moscia .....	5
2.1. Steckbrief .....	6
2.2. Auftragsklärung und Bedürfnisse Casa Moscia bezüglich des Nachhaltigkeitslabels .....	7
3. Methoden .....	8
3.1. Theoretische und konzeptionelle Grundlagen .....	8
3.2. Nachhaltigkeitscheck im Zweistufen-Verfahren .....	9
3.2.1. Situationsanalyse .....	9
3.2.2. Vorgehen Bewertung Situationsanalyse .....	9
3.2.3. Befragung der Mitarbeitenden .....	10
3.2.4. Vorgehen Auswertung Mitarbeitendenbefragung .....	11
3.2.5. Konzept für die Mitarbeitendenbefragung .....	12
4. Theoretische und konzeptionelle Grundlagen .....	14
4.1. Instrumente zur Messung der Nachhaltigkeit .....	14
4.1.1. Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen .....	14
4.1.2. myclimate – «Cause We Care» .....	16
4.2. Fazit Anwendbarkeit von Nachhaltigkeitstools auf die Casa Moscia .....	18
4.3. Nachhaltigkeitslabel .....	19
4.3.1. Erklärungen zu den Kriterien der Labels .....	19
4.3.2. ibex fairstay .....	23
4.4. Fazit Label .....	27

4.5.	Changemanagement im Kontext von Tourismus und Nachhaltigkeit.....	28
4.5.1.	Unternehmenskultur .....	28
4.5.2.	Personalmanagement und Organisationskultur.....	28
4.5.3.	Nachhaltiges Management .....	30
4.5.4.	Kommunikation der Nachhaltigkeit.....	32
5.	Ergebnisse des Nachhaltigkeitscheck im Zweistufen-Verfahren.....	34
5.1.	Situationsanalyse.....	34
5.1.1.	Bewertung Management.....	34
5.1.2.	Bewertung Wirtschaft.....	36
5.1.3.	Bewertung Soziales .....	36
5.1.4.	Bewertung Umwelt.....	39
5.2.	Auswertung Resultate der Mitarbeitendenbefragung.....	44
6.	Diskussion .....	52
6.1.	Situationsanalyse.....	52
6.2.	Mitarbeitendenbefragung .....	52
6.3.	Angewandte Methoden .....	53
7.	Handlungsempfehlungen .....	55
7.1.	Changemanagement in der Casa Moscia .....	56
7.1.1.	Nachhaltigkeitsteam bilden .....	56
7.1.2.	Nachhaltigkeit in Leitbild aufnehmen.....	57
7.1.3.	Kommunikationskonzept für die Mitarbeitende.....	59
7.1.4.	Einbindung der Mitarbeitenden in den Prozess.....	60
7.1.5.	Workshop für die Mitarbeitenden .....	60
7.2.	Kommunikation Nachhaltigkeit für die Gäste.....	61
7.2.1.	Nachhaltigkeit auf der Internetseite kommunizieren.....	61
7.2.2.	Informationsblatt auf den Gästezimmern erweitern .....	63
7.2.3.	Newsletter der Casa Moscia .....	64
7.2.4.	Anschlagbrett in der Cafeteria.....	65

7.3.	Programm «Cause We Care» .....	65
7.4.	Gastronomie .....	67
7.4.1.	Herkunft der Lebensmittel deklarieren .....	67
7.4.2.	Beelong, der Eco-Score aller Lebensmittel .....	68
7.4.3.	Reduktion der Snacks am Buffet und in den Automaten .....	69
7.4.4.	Reduktion der einzeln verpackten Lebensmittel am Buffet.....	69
7.5.	Haustechnik.....	70
7.6.	Beschriftung Recycling Station .....	70
8.	Vorgehen für die Anmeldung bei ibex fairstay .....	72
9.	Schlussfolgerungen .....	73
9.1.	Ausblick Casa Moscia.....	74
10.	Literaturverzeichnis .....	75
Anhang A – Checkliste für die Situationsanalyse .....		81
Anhang B – Bewertung Situationsanalyse .....		86
Anhang C – Kostenberechnung «Cause We Care» für die Casa Moscia .....		89
Anhang D – Beispiele Nachhaltigkeitskommunikation in der Hotellerie .....		91
Anhang E – Zimmerinformation zur Nachhaltigkeit.....		93
Anhang F - Erklärung betreffend das selbstständige Verfassen.....		95



## Abkürzungsverzeichnis

---

CSR

Corporate Social Responsibility

GSTC

Global Sustainable Tourism Council

## 1. Einleitung

---

~ Ich habe gelernt, dass man nie zu klein dafür ist, einen Unterschied zu machen ~

- Greta Thunberg

Ihre Taten sprechen für sich. Was am 20. August 2018 mit einem einzigen Mädchen in Stockholm begann, hat sich heute zu einer weltweiten SchülerInnen- und Studierendenbewegung entwickelt. Tausende Menschen gehen auf die Strasse und fordern mehr Klimaschutz und ein Umdenken in der Politik.

Jeder Betrieb, jedes Unternehmen sollte sich in der Verantwortung sehen, sich enkelgerecht zu verhalten und zu wirtschaften. Jeder Betrieb kann einen Unterschied machen. Dies trifft auch auf den Tourismus zu. Weltweit wächst der Wirtschaftssektor Tourismus am stärksten. Gemäss dem Bundesamt für Raumentwicklung ist der Tourismus auch in der Schweiz ein wichtiger Wirtschaftszweig mit 3 % des gesamten Bruttoinlandsproduktes. Im Binnentourismus werden 61 % Prozent erwirtschaftet. Dieses Resultat zeigt, wie bedeutend die Schweiz als Reiseziel für die eigene Bevölkerung ist. Diese Erkenntnis ist aus Sicht der Nachhaltigkeit von grosser Bedeutung. Reisen im eigenen Land bieten mehrere Vorteile für die Umwelt. Im Gegensatz zu Auslandsreisen benötigen Ferien im eigenen Land weniger Energie und verursachen weniger soziale und kulturelle Konflikte. (Bundesamt für Raumentwicklung, 2012, p. 9)

Die Tourismusbranche steht vor ungeahnten Herausforderungen. In der Schweiz zählen die vielfältigen, landschaftlichen Attraktionen zu den wichtigsten Ressourcen. Landschaft und Natur werden durch die stetigen Ausweitungen der Infrastrukturen und dem Bau von Unterkünften beeinträchtigt (Bundesamt für Raumentwicklung, 2012). Eine intakte Natur und Umwelt bilden wichtige Rahmenbedingungen für den Tourismus (Engels & Job Hoben, 2009).

Damit auch weitere Generationen von den gleichen natürlichen Ressourcen profitieren können wie wir heute, möchte sich die Praxispartnerin Casa Moscia, eine Seeherberge in Moscia, nachhaltiger ausrichten und strebt die Zertifizierung eines Nachhaltigkeitslabel an.

Diese Bachelorarbeit soll den Prozess in der Seeherberge Casa Moscia in Richtung Nachhaltigkeit anstossen. Die Frage nach einem geeigneten Instrument, um die Nachhaltigkeit in der Hotellerie zu messen, soll geklärt werden. Weiter ist zu beantworten, welches dieser Instrumente sich für die Beurteilung von der Nachhaltigkeit der Casa Moscia eignet. Abschliessend stellt sich die Frage, welches Nachhaltigkeitslabel die Casa Moscia erwerben könnte. Aufbauend auf diesen beiden Fragestellungen sollen Handlungsempfehlungen erarbeitet werden. Der jetzige Zeitpunkt für die Umsetzung der Bachelorarbeit wurde von der Casa Moscia gewählt, da im Jahr 2022 ein grösserer Umbau ansteht. Mit diesem Umbau arbeitet die Casa Moscia auf nachhaltige Erneuerungen hin. Es ergibt sich jetzt eine einmalige Gelegenheit, die Nachhaltigkeit ganzheitlich in den Betrieb zu integrieren.

Um die Nachhaltigkeit zu beurteilen, wird ein Nachhaltigkeitscheck in einem Zweistufen-Verfahren durchgeführt. In einem ersten Schritt wird eine Situationsanalyse erstellt. Diese baut auf einer Literaturrecherche auf, welche sich mit Instrumenten zur Messung der Nachhaltigkeit befasste. Im zweiten Schritt wurde eine Mitarbeitendenbefragung durchgeführt. Basierend auf den Ergebnissen aus der Situationsanalyse und der Mitarbeitendenbefragung wurden Handlungsempfehlungen für die Praxispartnerin Casa Moscia erarbeitet. Eine weitere Literaturrecherche zu den Nachhaltigkeitslabel soll aufzeigen, welche Label existieren und in Zusammenarbeit mit der Casa Moscia sollte anschliessend ein geeignetes Label gefunden werden.

Die Beantwortung der beiden Fragestellungen trägt zur Ausarbeitung der Handlungsempfehlungen bei. Die Ergebnisse zeigen die Bereiche auf, welche Verbesserungspotenzial aufweisen. Die Umsetzung der Handlungsempfehlungen erleichtern zusätzlich den Prozess einer Anmeldung für ein Nachhaltigkeitslabel. Der damit verbundene Weg in eine nachhaltigere Zukunft wird erleichtert.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil dieser Arbeit ist das Changemanagement. Hier stellt sich vor allem die Frage, wie die Casa Moscia die Veränderungen nachhaltig im Betrieb umsetzen kann, so dass die Handlungsempfehlungen von allen Personen im Betrieb gelebt und umgesetzt werden. Die Ergebnisse aus dieser Literaturrecherche fliessen in die Handlungsempfehlungen ein.

## 1.1. Ausgangslage

---

Die Casa Moscia im Tessin strebt für ihren Betrieb ein touristisches Umwelt-/Nachhaltigkeitslabel an. Mit dieser Arbeit sollen in enger Kooperation mit der Praxispartnerin vorbereitende Schritte dafür geleistet werden. Es wird in Form eines Nachhaltigkeitschecks eine Situationsanalyse erstellt, die zeigt, wie bereits jetzt Umwelt, Management, Wirtschaft und soziale Belange in der Casa Moscia berücksichtigt werden. Ebenfalls soll eine Übersicht zu touristischen Nachhaltigkeitslabels erarbeitet werden. Handlungsempfehlungen für den Weg in Richtung touristisches Nachhaltigkeitslabel sollen gestützt auf die Analyse ausgearbeitet werden. Die Casa Moscia wird im Kapitel 2 kurz vorgestellt.

## 1.2. Fragestellung

---

Der vorliegenden Arbeit liegen drei Fragestellungen zugrunde, welche nachfolgend aufgelistet sind:

1. Welche Instrumente gibt es, um die Nachhaltigkeit in der Hotellerie zu messen und welches dieser Instrumente ist am besten für die Bewertung des Casa Moscia geeignet?
2. Welche Nachhaltigkeitslabel gibt es und welches eignet sich für das Casa Moscia?
3. Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich aus dem Nachhaltigkeitscheck und der Befragung für die Casa Moscia?

## 1.3. Zielsetzungen

---

Die Handlungsempfehlungen sollen objektive und messbare Mehrwerte für die Umwelt, die Menschen und die Mitarbeitenden schaffen, sowie einen Mehrwert für den Gast und den Betrieb erzeugen. Die Handlungsempfehlungen sollen durch den geplanten Umbau nicht hinfällig werden.

Diese Arbeit soll aufzeigen, welche Nachhaltigkeitslabel bestehen und welche sich für die Casa Moscia eignen würde. Es sollen auch die nächsten konkreten Schritte für die Einführung eines Labels aufgezeigt werden.

## 1.4. Rahmenbedingungen

---

Das Casa Moscia plant energetische Anpassungen für den April 2022, welche in der Ausarbeitung der Handlungsempfehlungen berücksichtigt werden müssen.

## 2. Praxispartnerin Casa Moscia

Die Casa Moscia ist ein Hotelleriebetrieb in Ascona TI und gehört seit 1957 den Vereinigten Bibelgruppen in Schule, Universität und Beruf. Das Gebäude liegt direkt am Lago Maggiore und bietet einen Blick auf die Brissago-Inseln, umgeben von einem botanischen Wildgarten. Das Logo ist in Abbildung 1 abgebildet.

Das Hotel verfügt über drei Tessinerhäuser (Abbildung 2) mit unterschiedlichen Zimmern mit jeweils 1-6 Betten und hat eine Gäste Kapazität von 140 Personen (Casa Moscia, 2018).

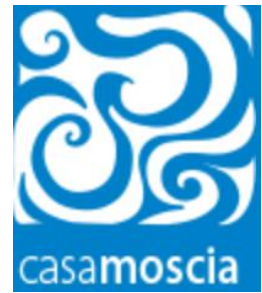


Abbildung 1 – Logo  
Casa Moscia

Eine herzliche Atmosphäre und Küche mit mediterranem Flair erwartet die Gäste des Casa Moscia. Ihnen stehen ein Kinderspielplatz, ein Volleyballfeld, Tischtennistische, eine Liegewiese und ein kleiner Sandstrand am See zur Benützung frei. Das Casa Moscia bietet ihren Gästen auch ein reichhaltiges Kursangebot. Von Mai bis September ist das Baden im erfrischenden See möglich und damit die Gäste die Zeit am See ausnahmslos ausnutzen können, vermietet das Casa Moscia Ruderboote, einen Ruderkatamaran und ein Segelschiff. (Casa Moscia, 2018)



Abbildung 2 - Die Gebäude der Casa Moscia

Im folgenden Kapitel 2.1. und den Tabellen 1-4 wird ein kurzer Steckbrief der Casa Moscia präsentiert. Die Daten stützen sich auf die Aussagen der Geschäftsleitung bei der Situationsanalyse vom 30. März 2019.

## 2.1. Steckbrief

Tabelle 1 – Gebäudedaten

Gebäude	
Anzahl Betten:	140
Anzahl Zimmer:	45

Tabelle 2 – Mitarbeitende

Mitarbeitende	
Anzahl Mitarbeitende:	27 Total, 15 Festangestellte

Tabelle 3 – Touristische Kennzahlen

Touristische Kennzahlen	
Übernachtungen im Jahr:	22'295 Übernachtungen
Durchschnittliche Auslastung der Betten über das gesamte Jahr:	3,4 Tage

Tabelle 4 - Gäste

Gäste																	
Herkunft der Gäste:	80 % Deutschschweizer, 20 % Deutsche																
Besuchergruppen: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Privatgäste</li> <li>■ VGB-Kurse</li> <li>■ Christliche Gruppen</li> <li>■ Jugendgruppen/Konfirmanden</li> <li>■ Schulklassen</li> <li>■ Studenten</li> <li>■ Säkulare Gruppen</li> </ul>	<table border="1"> <caption>Visitor Group Distribution</caption> <thead> <tr> <th>Group</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Privatgäste</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>VGB-Kurse</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>Christliche Gruppen</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Jugendgruppen/Konfirmanden</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Schulklassen</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Studenten</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Säkulare Gruppen</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Group	Percentage	Privatgäste	49%	VGB-Kurse	19%	Christliche Gruppen	11%	Jugendgruppen/Konfirmanden	8%	Schulklassen	7%	Studenten	4%	Säkulare Gruppen	2%
Group	Percentage																
Privatgäste	49%																
VGB-Kurse	19%																
Christliche Gruppen	11%																
Jugendgruppen/Konfirmanden	8%																
Schulklassen	7%																
Studenten	4%																
Säkulare Gruppen	2%																
Geschätzte Anzahl Anreise mit dem Auto:	Ca. 50 % → vorhandene Parkplätze = 35																
Geschätzte Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln:	Ca. 50 %																

## 2.2. Auftragsklärung und Bedürfnisse Casa Moscia bezüglich des Nachhaltigkeitslabels

---

Die Casa Moscia plant im Jahr 2022 einen Umbau des Haupthauses und einige Anpassungen in den restlichen Gebäuden. Geplant ist eine Kombination von Seewasserwärme, Photovoltaik und Solarthermie. Diese Erneuerungen geben der Casa Moscia in Zukunft eine energetische Selbständigkeit. (Casa Moscia, 2019)

Neben den baulichen Plänen wurde zu Beginn der Arbeit die Bedürfnisse der Casa Moscia in Bezug auf ein Label angefragt. Die Casa Moscia möchte ein Label, welches in der Schweiz oder international bekannt und anerkannt ist. Die definitive Anmeldung für das Label sollte ursprünglich nach dem Umbau im Jahr 2022 erfolgen. Es ist deshalb gewünscht, dass das Label, Kriterien enthält, welche es ihnen ermöglicht, bereits vor und während dem Umbau die passenden Materialien zu verwenden. Falls das Label ein Kriterium vorschreibt, für welches bauliche Massnahmen notwendig sind, könnten diese Anpassungen bereits beim Umbau vorgenommen werden.

Betreffend der Nachhaltigkeitsdimensionen soll vor allem die Dimension der Umwelt vom Label berücksichtigt werden.

Im Laufe der Arbeit hat sich diese Ausgangslage folgendermassen verändert:

Am 17. Mai 2019 fand eine Besprechung mit Frau Anita Gschwind von ibex fairstay in der Casa Moscia statt. Dadurch konnte ein Einblick in die sonst vertraulichen Kriterien und den Massnahmenkatalog gewonnen werden. Noch am Folgetag hat sich die Geschäftsleitung der Casa Moscia für das Label angemeldet. Die Entscheidung wurde zu diesem frühen Zeitpunkt der Bachelorarbeit getroffen, weil die Geschäftsleitung überzeugt ist, mit ibex fairstay das geeignetste Label für sich gefunden zu haben. Zusätzlich kann durch eine frühere Zertifizierung ein aussagekräftiger Vergleich vom jetzigen Zeitpunkt mit dem Stand nach dem Umbau stattfinden. Es wird davon ausgegangen, dass die Erstzertifizierung im Jahr 2020 tiefer ausfallen wird als die Rezertifizierung nach dem Umbau im Jahr 2022. Ein höherer Zertifizierungsgrad stellt einen sichtbaren Fortschritt für die Mitarbeitenden sowie die Gäste dar.

Den definitiven Anmeldeprozess wird die Casa Moscia nach Ende der Saison 2019 starten.

Die Fragestellung wurde im Verlauf der Arbeit nicht angepasst und die Entscheidung hat die Erstellung dieser Arbeit nicht beeinträchtigt. Die Literaturrecherchen zu den Labels wurden bereits als Vorbereitung auf den zweiten Teil der Situationsanalyse und die Besprechung mit ibex fairstay am 17. Mai 2019 erarbeitet. Die Erkenntnisse daraus dienten der Geschäftsleitung als Entscheidungshilfe.

### 3. Methoden

Für die Bearbeitung der Fragestellung wurden verschiedene Methoden (Abbildung 3) angewandt, welche in diesem Kapitel erläutert werden. Durch die Recherche wurden Tools für die Messung der Nachhaltigkeit gesucht und passende Labels kurz vorgestellt. Für die Situationsanalyse wurde ein Zweistufen-Verfahren verwendet. Aus den Resultaten der Situationsanalyse und Recherche wurden Handlungsempfehlungen abgeleitet. Die Handlungsempfehlungen stützen sich auch auf die Resultate der Befragung, welche Teil des Zweistufen-Verfahrens sind.

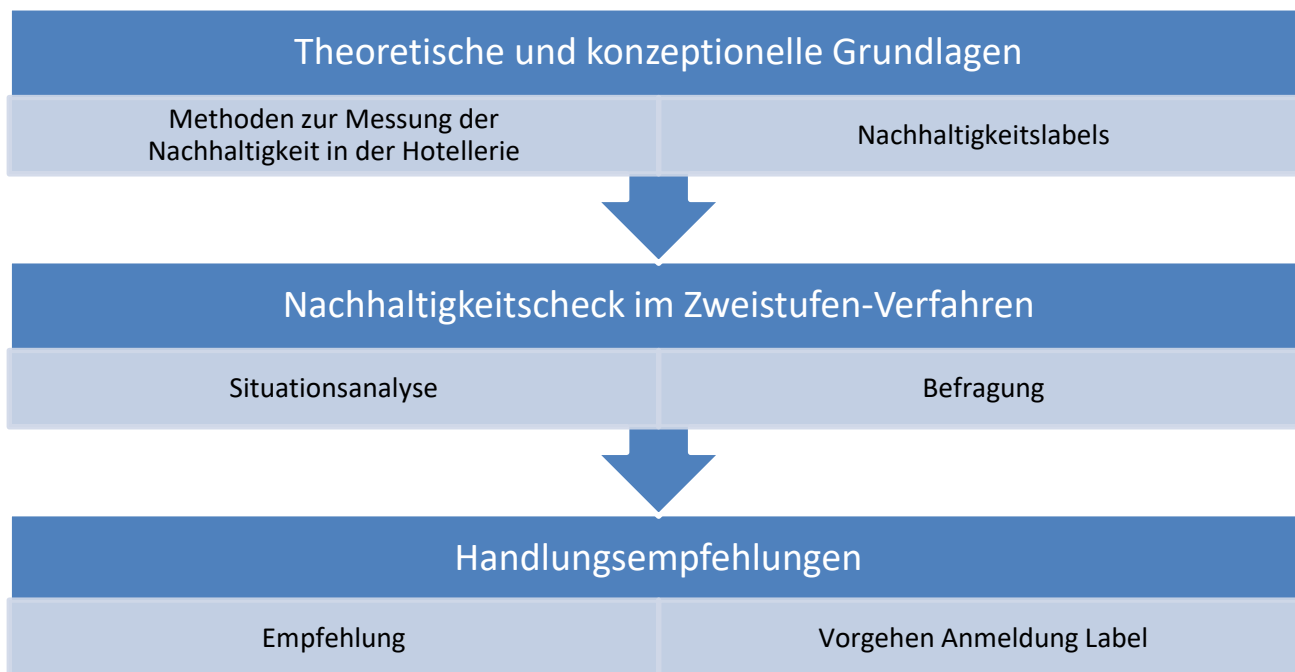


Abbildung 3 - Methodisches Vorgehen

#### 3.1. Theoretische und konzeptionelle Grundlagen

Mittels einer Literaturrecherche wurde ein Überblick über Methoden zur Messung der Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitslabels in der Hotellerie gegeben. Diese Methoden sollten die Erstellung und Entwicklung einer Situationsanalyse unterstützen, welche zur Bewertung des Casa Moscia verwendet wurde. Um zu verstehen, wie der Prozess für einen nachhaltigeren Betrieb durchgeführt werden muss und welche Handlungsempfehlungen sich daraus ergeben würden, wird das Thema Change-management auch in diesem Teil der Arbeit behandelt.

Des Weiteren sollte ein Überblick die gängigsten Label aufzeigen und kurz erläutern. Auf Wunsch der Geschäftsleitung wird das Label ibex fairstay ausführlicher behandelt.



## 3.2. Nachhaltigkeitscheck im Zweistufen-Verfahren

Der Nachhaltigkeitscheck wurde in einem zweistufigen Verfahren im Betrieb durchgeführt. In einem ersten Schritt wurde die Situationsanalyse mit einer Checkliste (Anhang A) vor Ort vorgenommen und mit Hilfe eines Ampelsystems (Anhang B) bewertet. In einem zweiten Schritt wurde eine Befragung der Mitarbeitenden der Casa Moscia vorgenommen sowie eine Besprechung mit der Geschäftsleitung von ibex fairstay abgehalten.

### 3.2.1. Situationsanalyse

Beim ersten Treffen mit der Praxispartnerin am 30. März 2019 wurde die Situationsanalyse erstellt. Die Situationsanalyse soll einen Überblick geben, welche Themen in Bezug auf Nachhaltigkeit in der Casa Moscia bereits behandelt werden und welche nicht. Durch die Analyse wurden möglichst viele Informationen zur Ausgangslage gesammelt.

Als Grundlage für die Situationsanalyse dient das Dokument «*Umfrage Leistungsträger*» aus dem Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen des Instituts für Tourismuswirtschaft ITW der Fachhochschule Luzern (Weber & Taufer, 2016). Dieses Dokument wurde weiter ausgearbeitet und mit Themen ergänzt, um es besser auf die Casa Moscia anzupassen. Die Situationsanalyse beginnt mit einem Steckbrief über die Casa Moscia. Weiter werden die Bereiche Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt behandelt.

### 3.2.2. Vorgehen Bewertung Situationsanalyse






Für die Bewertung der Situationsanalyse des ersten Treffens wurden Punkte für jedes Nachhaltigkeitskriterium gemäss der Tabelle 5 verteilt.

Tabelle 5 – Punktevergabe

Kriterium	Punkte
Trifft gar nicht zu	1
Trifft eher nicht zu	2
Teils-teils	3
Trifft eher zu	4
Trifft voll zu	5

Da jeder Themenblock pro Nachhaltigkeitsdimension eine unterschiedliche Anzahl an Nachhaltigkeitskriterien aufweist, wurde für die Bewertung der Durchschnitt der Punkte gewählt (Anhang B). In der Tabelle 6 ist das Ampelsystem für die Bewertung ersichtlich.

Tabelle 6 – Ampelsystem Bewertung

Symbol	Bewertung	Punktezahl Durchschnitt
	Gut	4.5-5
	Gut bis mittel	3.75 -4.25
	Mittel	3 – 3.6
	Mittel bis schlecht	2
	Schlecht	1

### 3.2.3. Befragung der Mitarbeitenden

Im zweiten Schritt des Verfahrens wurden zwischen dem 15. und 17. Mai 2019 die Mitarbeitenden der Casa Moscia mit Hilfe eines Fragekataloges persönlich befragt. Der Fragekatalog für die Befragung wurde der Geschäftsleitung vorab zugestellt und diese nahm die Auswahl der Mitarbeitenden vor, welche teilnehmen sollten. In Kapitel 3.2.4 und 3.2.5. wird das Vorgehen dazu genauer erläutert.

Bei diesem zweiten Treffen wurde am 17. Mai 2019 das Label ibex fairstay mit deren Geschäftsleiterin und der Geschäftsleitung der Casa Moscia genauer besprochen.

Für die Befragung wurden Mitarbeitende aus verschiedenen Bereichen gewählt. Dies sollte helfen, einen besseren Einblick in den Alltag der Mitarbeitenden zu gewinnen und deren Vorschläge abzuholen. Die Mitarbeitenden können auf eine eventuelle Umstellung vorbereitet werden, da sie in den Massnahmenfindungsprozess eingebunden werden. Die Einbeziehung der Mitarbeitenden empfiehlt auch die Hochschule Luzern in ihrem Schlussbericht bei der Wahl eines Nachhaltigkeitslabel (Martin & Fabian, 2010).

### 3.2.4. Vorgehen Auswertung Mitarbeitendenbefragung

Zwischen dem 15 und 17. Mai 2019 wurden sieben Mitarbeitende des Casa Moscia zum Thema Nachhaltigkeit befragt. Die Aufteilung der Mitarbeitenden ist in Tabelle 7 ersichtlich.

Tabelle 7 - beteiligte Mitarbeitende

Bereich	Anzahl Mitarbeitende
<b>Haustechnik</b>	1
<b>Service</b>	1
<b>Rezeption</b>	1
<b>Gastronomie</b>	2
<b>Hauswirtschaft</b>	2

Folgende Fragen wurden den Mitarbeitenden gestellt:

- 1) Befassen Sie sich privat oder im Arbeitsleben mit dem Thema Nachhaltigkeit?
- 2) Was verstehen Sie unter einem nachhaltigen Hotelbetrieb?
- 3) Sind Sie der Meinung, dass die Casa Moscia Wert auf Nachhaltigkeit legt?
- 4) Wie nachhaltig würden Sie die Casa Moscia einstufen?  
Nicht nachhaltig   Eher nicht nachhaltig   Teils teils   Eher nachhaltig   Sehr nachhaltig
- 5) Können Sie bei Ihrer eigenen täglichen Arbeit zur Nachhaltigkeit beitragen? Wo und wieso?
- 6) Welche Ihrer Arbeitsbereiche sind Ihrer Meinung nach nicht nachhaltig gestaltet und wieso?
- 7) Wo sehen Sie bei Ihrem Arbeitsbereich Verbesserungspotenzial, damit dieser nachhaltiger gestaltet werden kann?
- 8) Haben Sie konkrete Ideen/Vorschläge, wie Sie Ihre Arbeitsabläufe nachhaltiger gestalten könnten?
- 9) Würden Sie eine Weiterbildung im Bereich der Nachhaltigkeit besuchen? Was würde Sie besonders interessieren?
- 10) Haben Sie Interesse Ihre Arbeitsabläufe in Zukunft nachhaltiger zu gestalten?

Die Antworten aus Frage 8 werden für die Auswertung in Frage 7 integriert, weil sich diese zum Teil mit den Antworten aus der Frage 7 geschnitten haben. Zusätzlich haben 4 von 7 Personen bei dieser Frage «keine Vorschläge» als Antwort abgegeben. Diese Antwort ist darauf zurückzuführen, dass sie bei der vorherigen Frage bereits mehrere Verbesserungspotenziale genannt haben.

### 3.2.5. Konzept für die Mitarbeitendenbefragung

---

Für das Befragungskonzept wurde der Leitfaden «Erstellung einer Mitarbeiterbefragung» des Internetdienst für Online-Umfragen 2ask (2ask, 2019) zur Unterstützung hinzugezogen.

<b>Ziele</b>	Die Befragung sollte dabei helfen, herauszufinden, ob sich die Mitarbeitenden mit dem Thema Nachhaltigkeit bereits auseinandergesetzt haben. Sie sollte Aufschluss darüber gegeben, wo sie Potenzial für nachhaltigere Prozesse sehen und ob sie vielleicht bereits konkrete Umsetzungsideen haben. Die Befragung sollte auch aufzeigen, wie die Mitarbeitenden die Casa Moscia einschätzen und ob sie grundsätzlich an einer Schulung und Optimierung ihrer Prozesse interessiert wären.
<b>Leitfragen</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Haben sich die Mitarbeitenden bei ihrer eigenen Arbeit bereits mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt?</li><li>2. Wie nachhaltig schätzen die Mitarbeitenden die Casa Moscia ein?</li><li>3. Wo sind ihre Arbeitsabläufe nicht nachhaltig?</li><li>4. Wo sehen sie Verbesserungspotenzial, Konkrete Ideen?</li><li>5. Haben die Mitarbeitenden das Gefühl, dass Sie etwas zur Nachhaltigkeit beitragen können?</li><li>6. Würden die Mitarbeitenden eine Schulung besuchen und haben sie Interesse daran, ihre Arbeitsabläufe nachhaltiger zu gestalten?</li></ol>
<b>Zielgruppe</b>	Anzahl Mitarbeitende aus den Bereichen: 2 Mitarbeitende aus der Gastronomie 2 Mitarbeitende aus der Hauswirtschaft 1 Mitarbeiterin der Rezeption 1 Mitarbeiter der Haustechnik 1 Mitarbeiterin aus dem Service  Die Zielgruppe wurde so gewählt, damit ein möglichst breiter Einblick in die verschiedenen Bereiche der Casa Moscia gewährleistet ist.
<b>Methode</b>	Mündliche Befragung  Es wurde davon ausgegangen, dass sich die Mitarbeitenden mit dem Thema noch nicht oder nur wenig auseinandergesetzt haben. Eine persönliche Befragung ermöglicht es, das Thema den Mitarbeitenden etwas besser zu erklären. Auf diese Weise können auch konkretere Antworten abgeholt werden. Bei einer schriftlichen Befragung wäre die Gefahr höher, dass unkonkrete Antworten gegeben worden wären, was die Auswertung unmöglich machen könnte. Zusätzlich sprechen nicht alle Mitarbeitenden Deutsch als Muttersprache und gewisse Begriffe könnten falsch verstanden werden.

Für jeden Mitarbeitenden wurden 45 Minuten Zeit für die Befragung einge-  
rechnet. Die Befragung wurde als Tondatei dokumentiert.

**Fragetypen** Offene Fragen

Diese Methode eignet sich bei der kleinen Teilnehmer Zahl von sieben Per-  
sonen. Die Befragung sollte Einstellungen, Meinungen und Vorschläge ab-  
holen. Mögliche Antworten sind deshalb schwierig abzuschätzen. Auch das  
Vorwissen zum Thema der Mitarbeitenden ist sicherlich nicht bei allen gleich  
und deren Stand kann nicht vorhergesehen werden.

## 4. Theoretische und konzeptionelle Grundlagen

---

Die folgende Literaturrecherche wird zwei Instrumente zur Messung und Förderung der Nachhaltigkeit im Tourismus vorstellen. Darauf folgend wird eine Zusammenfassung der gängigsten Nachhaltigkeitslabel gegeben.

Abschliessend wird im Kapitel 4.5. basierend auf verschiedener Literatur erläutert, wie das Change-management in einem Betrieb eingebaut werden kann und was beachtet werden muss.

Die Resultate aus der Recherche, welche für die Beantwortung der Fragestellung relevant sind, werden im Kapitel 4.2. und 4.4. zusammengefasst.

### 4.1. Instrumente zur Messung der Nachhaltigkeit

---

Folgend wird nicht abschliessend eine Auswahl an Instrumenten gegeben, welche sich anbieten, um die Nachhaltigkeit von Angeboten oder Hotelleriebetrieben zu messen. Die Auswahl wurde getroffen, weil die Instrumente über umfangreiche, ergänzende Dokumente für die Beurteilung der Nachhaltigkeit verfügen. Die Dokumente lassen sich als Grundlage für die Situationsanalyse auf die Casa Moscia anwenden.

#### 4.1.1. Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen

---

Der Leitfaden der Fachhochschule Luzern «Nachhaltige Tourismusangebote - Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen» richtet sich an Destinations-Management-Organisationen, regionale und lokale Tourismusanbieter und an Leistungsträger, welche ihr bestehendes Angebot in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte optimieren wollen. Er befasst sich mit der Problemstellung, ob und wie ein Angebot als nachhaltig definiert werden kann. Ein nachhaltiges Angebot leistet einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und hält die negativen Auswirkungen möglichst tief. Der Leitfaden richtet sich nach den vier Dimensionen Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt.

Der Leitfaden ist in sechs Schritten aufgebaut und bietet verschiedene Dokumente an, mit welchen ein Angebot auf seine Nachhaltigkeit geprüft, bewertet, gestaltet und vermarktet werden kann. Die sechs Schritte sind die folgenden (Weber & Taufer, 2016):

Schritt 1: Organisatorische Voraussetzungen

Schritt 2: Analyse

Schritt 3: Strategie

Schritt 4: Angebotsgestaltung

Schritt 5: Kommunikation und Vermarktung

Schritt 6: Wirkungsmessung

Zwölf zentrale Nachhaltigkeitskriterien wurden anlehnend an bereits bestehende Systeme definiert. Die Nachhaltigkeitskriterien sind nicht immer klar einer Dimension zuzuordnen. Die Kriterien können Auswirkungen auf mehrere Dimensionen haben. Wie in Tabelle 8 grafisch abgebildet, beinhalten die vier Dimensionen folgende Kriterien (Weber & Taufer, 2016):

Tabelle 8 - Nachhaltigkeitskriterien pro Dimension

Dimension	Nachhaltigkeitskriterien
Management	<ul style="list-style-type: none"><li>- Nachhaltigkeitsmanagement</li><li>- Einbezug der Anspruchsgruppen</li><li>- Gästeinformation über die Nachhaltigkeit</li></ul>
Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"><li>- Stärkung der regionalen Wirtschaft</li><li>- Besonderer Kundennutzen</li><li>- Wirtschaftlichkeit</li></ul>
Soziales	<ul style="list-style-type: none"><li>- Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse</li><li>- Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende</li><li>- Pflege der lokalen Kultur</li></ul>
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bewusster Umgang mit Energie</li><li>- Umweltschonende Mobilität</li><li>- Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen</li></ul>

Die zwölf Kriterien bieten eine umfassende Situationsanalyse. Der Leitfaden bewirbt diese Methode, um die Stärken und Schwächen beim Leistungsträger zu analysieren. Sie soll dabei helfen, Anknüpfungspunkte für Verbesserungen zu finden. Das Engagement des Leistungsträgers in verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit kann auf diese Weise eruiert werden. Es empfiehlt sich aber die Bewertung in einer Gruppe vorzunehmen, damit die Auswertung nicht auf einer einseitigen Meinung basiert. (Weber & Taufer, 2016).

Der Leitfaden und die darin enthaltenen Dokumente sind zwar auf Angebote ausgerichtet, können aber als Grundlage verwendet werden, um diese weiter auszubauen und auf die Casa Moscia anzupassen. Die Casa Moscia kann als Ganzes auch als ein Angebot angesehen werden. Die Gastronomie oder die Übernachtungen sind je ein Angebot oder die Herberge wird als Ganzes betrachtet. Als Grundlage für die Situationsanalyse der Casa Moscia dient das Hilfsmittel «Umfrage Leistungsträger» mit den Nachhaltigkeitskriterien. Die Kriterien werden so auf die Casa Moscia angewendet, dass diese passen und einen Überblick über die vier Nachhaltigkeitsdimensionen geben können.

#### 4.1.2. myclimate – «Cause We Care»

Die Initiative «Cause We Care» von myclimate hat zum Ziel, auf die Auswirkungen des Klimawandels aufmerksam zu machen. Die Initiative soll bei den Konsumenten ein Bewusstsein für dieses Thema schaffen. Mit der Initiative möchte myclimate Handlungsmöglichkeiten für einen aktiv gelebten Klimaschutz für Unternehmen sowie Privatpersonen aufzeigen. (Stiftung myclimate, 2019)

Ein Unternehmen, welches Mitglied von «Cause We Care» ist, bietet seinen Gästen die Möglichkeit, freiwillig den internationalen wie nationalen Klimaschutz zu unterstützen. Durch die Spende an myclimate wird der Klimaschutz international gefördert. Der «Cause We Care» Fond fördert die betriebliche Nachhaltigkeit national. Abbildung 4 zeigt grob, wie das Programm «Cause We Care» funktioniert.

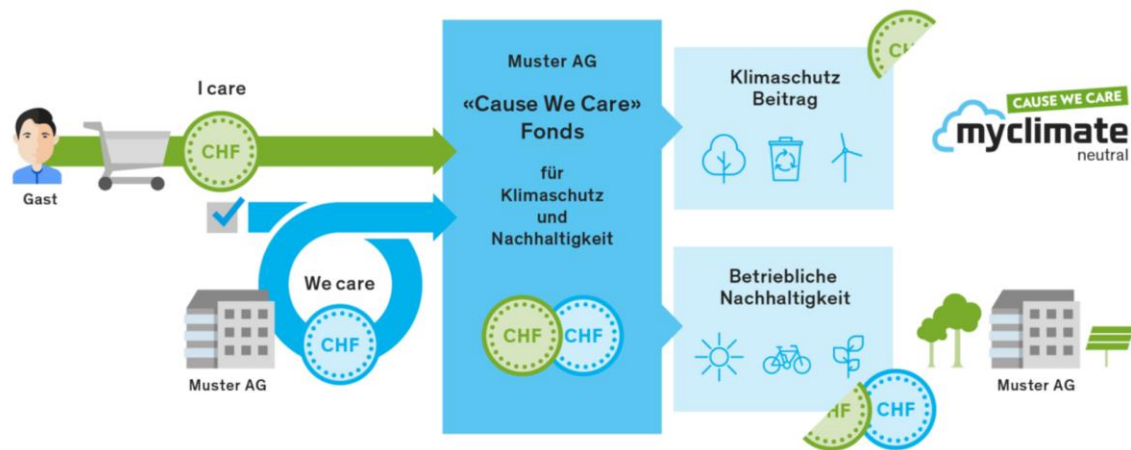


Abbildung 4 - Der "Cause We Care" – Mechanismus (Stiftung myclimate, 2019)

Über eine «Default»-Einstellung (Abbildung 5) im Buchungsprozess spendet der Gast 1 % des Buchungsbetrages an das «Cause We Care» Programm des Anbieters. Der Gast erhält so ein klimaneutrales Angebot. Dem Gast steht es aber frei, die Spende beim Buchungsprozess zu «Cause We Care» abzulehnen, indem er den Haken manuell entfernt.

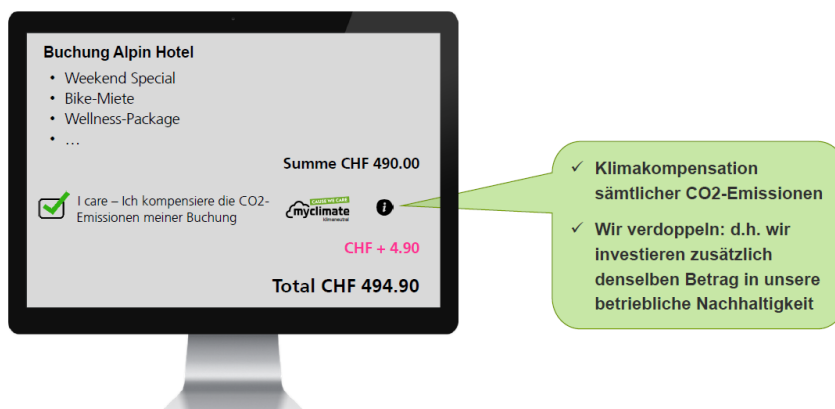


Abbildung 5 - Anwendungsbeispiel Buchungsprozess



Von diesem Gastbetrag fließt die Hälfte zu myclimate für die Finanzierung von internationalen Klimaschutzprojekten. Die andere Hälfte fließt in den Betrieb für Klimaschutz Massnahmen auf nationaler Ebene. Der Betrieb selbst bezahlt den gleichen Betrag wie der Gast, also 1 % des Buchungsbetrages, in den eigenen «Cause We Care» Fond ein (Abbildung 6). Der eigene Fond kann in lokale Nachhaltigkeitsmassnahmen investiert werden. (Stiftung myclimate, 2019)

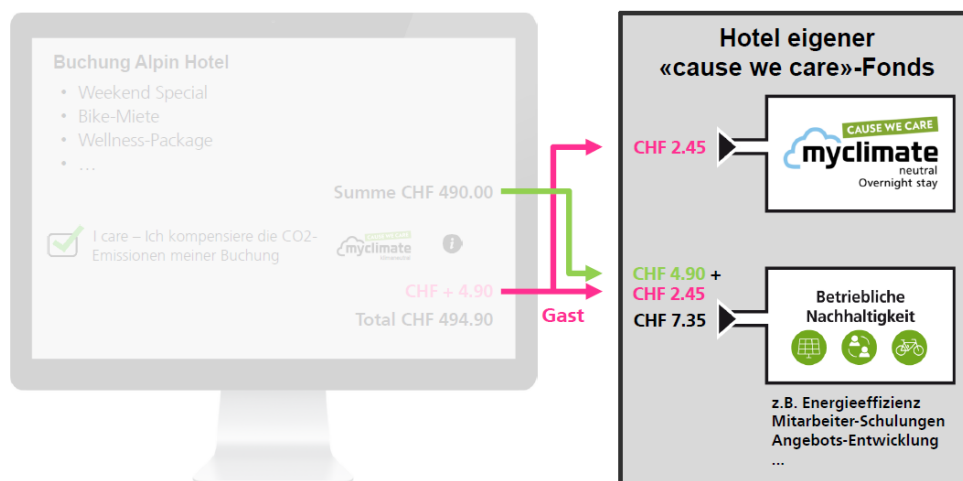


Abbildung 6 - Anwendungsbeispiel Aufteilung der Kosten

Der ganze Prozess kann auch auf Buchungen angepasst werden, welche über Mail und Telefon eingehen.

## Kosten

Die Kosten für die Implementierung betragen CHF 2'500. Danach folgen jährlich Lizenzkosten von CHF 1'800 als Programmmitgliedschaft. Die Implementierungskosten dürfen aus dem «Cause We Care» Fond bezahlt werden, nicht aber die Lizenzkosten. Diese müssen als Marketingkosten betrachtet werden.

Über drei Jahre gerechnet belaufen sich die Lizenzierungskosten auf **CHF 5'400**. Durch die Partnerschaft von myclimate mit ibex fairstay reduziert sich dieser Betrag um ca. 15 %. Die Reduktion beträgt pro Jahr CHF 270. Dies würde über drei Jahre neue Gesamtkosten von **CHF 4'590** ergeben.

Auf drei Jahre gerechnet und unter Abzug der Implementierungskosten würde der Fond in etwa ein **Total von 42'121** aufweisen, wenn sich 60 % der Gäste daran beteiligen.

Die genauen Berechnungen für die Casa Moscia sind im Anhang C zu finden.

---

## 4.2. Fazit Anwendbarkeit von Nachhaltigkeitstools auf die Casa Moscia

---

In diesem Teil der Literaturrecherche werden zwei Instrumente zur Messung der Nachhaltigkeit im Tourismus dargestellt.

Der Leitfaden der Fachhochschule Luzern stellt ein umfangreiches Tool für die Bewertung der Nachhaltigkeit von Angeboten dar. Dieser bietet eine gute Basis für die Analyse der Bereiche Management, Soziales, Umwelt und Ökonomie. Der Leitfaden ist jedoch auf Angebote ausgerichtet. Die bereitgestellten Dokumente lassen aber Anpassungen gut zu und können auf die Casa Moscia angewendet werden. Die Dokumente bieten viel Spielraum für ergänzende Änderungen, bieten aber eine solide Grundlage, um eine Analyse zu individualisieren und durchzuführen.

Mit dem Programm «Cause We Care» können zusammen mit den Gästen nachhaltige Projekte umgesetzt werden. Durch diese Projekte können die Bestrebungen zu mehr Nachhaltigkeit für die Mitarbeitenden und Gäste sichtbar gemacht werden. Das Programm «Cause We Care» wird als eine Handlungsempfehlung im Kapitel 7.3 aufgenommen, da die Casa Moscia an einer Zusammenarbeit interessiert ist.

### 4.3. Nachhaltigkeitslabel

---

Der Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung Basel hat zusammen mit Naturfreunde Internationale Wien, ECOTRANS/Destinet Saarbrücken und EED Tourism Watch Bonn einen Guide entwickelt, in welchem 20 touristische Nachhaltigkeitslabels vorgestellt und verglichen werden (fair unterwegs – arbeitskreis tourismus & entwicklung, 2019). Diese 20 Labels wurden gemäss einem Kriterienkatalog ausgewählt. In erster Linie sind es Labels, welche an Beherbergungsbetriebe aber auch Reiseveranstalter vergeben werden. Weiter sind es die führenden internationalen Labels. Diese werden weltweit oder europaweit vergeben. Zusätzlich sind auch nationale Labels wie für die Schweiz, Deutschland und Österreich aufgeführt. (fair unterwegs – arbeitskreis tourismus & entwicklung, 2019)

Aus dem Guide «*Wegweiser durch den Labeldschungel*» des arbeitskreis tourismus & entwicklung Basel werden hier die Labels vorgestellt, welche den Geltungsbereich Schweiz oder International enthalten. Zu Beginn des Kapitels werden einige Begriffe geklärt, um die Kriterien der Labels besser zu verstehen, gefolgt von der Auflistung der zutreffenden Labels in Tabelle 9.

Alle folgenden Informationen zu den Labels inklusive deren Logos sowie den Erklärungen zu den Kriterien stammen aus der genannten Broschüre (Monshausen, et al., 2016).

Einige Labels werden mit weiteren Informationen aus anderen Quellen ergänzt und sind im Text vermerkt.

Im Kapitel 4.3.2. wird das Label ibex fairstay detaillierter vorgestellt, da die Casa Moscia an einer Zertifizierung durch ibex fairstay interessiert ist.

#### 4.3.1. Erklärungen zu den Kriterien der Labels

---

Die folgenden Erläuterungen in diesem Kapitel stützen sich auf Monshausen et. al., 2016.

##### **Geltungsbereich:**

Bei diesem Kriterium wird aufgezeigt in welchem Land ein Betrieb geprüft wird. Länderübergreifende Labels berücksichtigen regionale Besonderheiten bei ihren Prüfverfahren kaum. Im internationalen Tourismusvergleich erhalten nationale Labels grössere Akzeptanz und somit grössere Bekanntheit bei den Touristinnen und Touristen.

##### **Transparenz:**

Der Zugang zu den Zertifizierungskriterien muss gegeben sein, damit sich die Gäste ein Bild über ein Label machen können. Ein Label ist wenig transparent, wenn die Kriterien nur teilweise oder gegen eine Gebühr offengelegt werden. Als gute Praxis gilt, die Kriterien zu veröffentlichen und den allgemeinen Zugang sicher zu stellen.

##### **Prüfverfahren:**

Die Art der Kontrollen der Betriebe sagt viel über die Glaubwürdigkeit eines Labes aus. Eine Prüfung von Fachleuten vor Ort gilt als die vertrauenswürdigste Vorgehensweise.

### **Nachhaltigkeitsbereich Umwelt:**

Prüfkriterien stellen Massnahmen zur Wasser- und Energieeinsparung dar. Sie beinhalten auch Kriterien zur Abfallvermeidung, Ressourcenschonung und zum Erhalt der Natur.

### **Nachhaltigkeitsbereich Soziales, Wirtschaft und Kultur:**

In der Praxis fällt eine Trennung dieser drei Bereiche schwer. Sie werden erst allmählich und auf unterschiedliche Weise von den Betrieben berücksichtigt. Diese drei Themenbereiche beinhalten die folgenden Punkte






- Standards zur Sicherstellung von fairen Arbeitsbedingungen
- Einhaltung der Menschenrechte
- Stärkung der lokalen Wirtschaft
- Erhalt des kulturellen Erbes





### **Global Sustainable Tourism Council (GSTC):**

Die Standards der Labels werden mit dem Standard des GSTC verglichen. Ein Label, welches die Themenbereiche Umwelt, Soziales, Wirtschaft und Kultur umfassend berücksichtigt, könnte wirksamer zu einer nachhaltigen Entwicklung auf nationaler und internationaler Ebene beitragen.

Der GSTC erarbeitet und verwaltet globale nachhaltige Standards, welche unter dem Namen ESTC Kriterien bekannt sind. Es sind grundlegende Prinzipien und minimale Anforderungen, die ein Betrieb anstreben sollte, um die natürlichen und kulturellen Ressourcen zu schützen und zu schonen. Die Kriterien zeichnen Betriebe aus, welche nachhaltige Strategien verfolgen und umsetzen. GSTC zeichnet nicht direkt Leistungen oder Produkte aus, sondern jene Betriebe, welche solche anbieten. (Global Sustainable Tourism Council (GSTC) , 2019)

Tabelle 9 – Auswahl an Nachhaltigkeitslabel

Label	Logo	Beschreibung	Geltungsbereich	Transparenz	Nachhaltigkeitsbereich	Zertifizierte Betriebe	Anerkennung	Prüfverfahren
<b>Earthcheck</b>		Zertifikat für Hotels, Aktivitäten, Attraktionen, Restaurants, Transport- und Mobilitätsservices sowie Destinationen.	International	Standard zugänglich nach Zahlung	Umwelt Soziales, Wirtschaft, Kultur	1200 Stand: 2016	– GSTC anerkannter Standard – GSTC anerkanntes Zertifizierungssystem für Betriebe und Destinationen	Unabhängige Prüfung vor Ort alle 1–2 Jahre
<b>Green Globe</b>		Zertifizierung für Betriebe, Hotels, Urlaubsresorts und Attraktionen	International	Standard frei zugänglich	Wirtschaft, Umwelt, Kultur, Soziales	540 Stand: 2016	– GSTC anerkannter Standard	Unabhängige Prüfung vor Ort alle 2 Jahre
<b>Green Key</b>		Umweltzertifikat für Tourismuseinrichtungen, wie zum Beispiel Hotels. Das Zertifikat ist weltweit eingesetzt.	International	Standard frei zugänglich	Umwelt	2400 Stand: 2016	– Anerkannter Standard für Hotels und Jugendherbergen	Unabhängige Prüfung vor Ort
<b>Travelife Sustainability System</b>		Die Travelife Zertifizierung wird an Beherbergungsbetriebe und Reiseunternehmen nach eigenen Standards vergeben. Association of British Travel Agents betreibt das Programm für die Zertifizierung der Beherbergungen.	International	Standard frei zugänglich für Beherbergung	Wirtschaft, Soziales, Umwelt, Kultur	Über 700 Hotels Stand: 2016	– GSTC anerkannte Standards	Online-Prüfung der Unterlagen mit einer unabhängigen Prüfung vor Ort alle 2 Jahre
<b>Blaue Schwalbe</b>		Diese Zertifizierung zeichnet seit 1989 ökologisch orientierte Hotels, Pensionen, Gasthöfe und Campingplätze in Europa aus. Das Label findet man vor allem in Reiseregionen wieder, welche ohne fliegen dafür mit einem Privatauto einfach zu erreichen sind.	Österreich, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, Italien, <u>Schweiz</u>	Standard teilweise veröffentlicht	Wirtschaft, Soziales, Umwelt	112 Stand: 2016	– Keine Angaben	Prüfung von Dokumenten am Schreibtisch und unabhängige Prüfung vor Ort (teilweise)

Label	Logo	Beschreibung	Geltungsbereich	Transparenz	Nachhaltigkeitsbereich	Zertifizierte Betriebe:	Anerkennung	Prüfverfahren
<b>Tour Cert</b>		Zertifizierung für Reiseveranstalter, Reisebüros, Beherbergungsbetriebe und Destinationen. Zertifizierte Betriebe führen ein Customer-Relationship-Management System ein. Die Anforderungen an die Datenerhebung und den Ablauf der Zertifizierung ist sektorspezifisch	Deutschland, Österreich, <u>Schweiz</u> und andere Länder in Europa und Lateinamerika	Standard frei zugänglich	Wirtschaft, Umwelt, Kultur, Soziales	91 Stand: 2016	– GSTC anerkannter Standard für Reiseveranstalter	Unabhängige Prüfung vor Ort alle 2–3 Jahre
<b>EU Ecolabel</b>		Offizielles Umweltlabel der Europäischen Union. Es wird im Tourismus an Beherbergungsbetriebe und Campingplätze vergeben. Die Zertifizierung erfolgt durch die nationalen Partnerorganisationen, wie zum Beispiel Umweltministerien.	International	Standard frei zugänglich	Umwelt	782 Stand: 2016	– Keine Angaben	Unabhängige Prüfung vor Ort alle 3–5 Jahre
<b>ibex fairstay</b>		Diese Zertifizierung steht für unabhängig geprüfte Qualität und wird an Beherbergungsbetriebe, Klinken und Gesundheitszentren verliehen. Es ist in der Schweiz das führende Nachhaltigkeitslabel.	<u>Schweiz</u>	Standard teilweise frei zugänglich	Wirtschaft, Umwelt, Soziales	57 Stand: 2016	– Keine Angaben	Unabhängige Prüfung vor Ort alle 3 Jahre
<b>Bio Hotels</b> (PUSH - Praktischer Umweltschutz, 2019), (Verein BIO HOTELS, 2019)		Zertifizierung des Bio-Hotel Verein für Hotels und Unterkünfte, welche biologisch produzierte Produkte einsetzen.	<u>Schweiz</u> , Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich und Irland	Standard frei zugänglich	Ökologie, Gesundheit, Herkunft	100 Stand: 2016	– eigene Standards	Unabhängige Prüfung durch bio.inspecta AG. Zusätzlich erfolgen unangemeldete Stichprobenkontrollen.

### Bemerkungen zu Travelife:

Für die Travelife Auszeichnung gibt es drei verschiedene Stufen – Gold, Silber und Bronze. Die Stufen werden anhand der erreichten Kriterien vergeben. Stufe Bronze erfüllt nur die Mindestanforderungen. Um auf Silber oder Gold aufzusteigen, müssen zusätzliche Kriterien erfüllt werden. (Pusch – Praktischer Umweltschutz, 2019)

### Bemerkungen zu EU Ecolabel:

In Europa werden jene Produkte ausgezeichnet, welche im Vergleich weniger Belastung für die Umwelt aufweisen, als andere Produkte der gleichen Kategorie. Die ausgezeichneten Produkte erfüllen die folgenden allgemeinen Kriterien (Pusch – Praktischer Umweltschutz, 2019):

- Geringe Boden-, Wasser- und Luftverschmutzung
- wenig Abfall
- Sparsamer Umgang mit Energie und Ressourcen, Produktion bis hin zur Entsorgung
- Sicherheit und Gebrauchstauglichkeit

(Pusch – Praktischer Umweltschutz, 2019)

#### 4.3.2. ibex fairstay

Ibex fairstay ist ein Schweizer Gütesiegel, welches die führende Position im Nachhaltigkeitsmanagement von Beherbergungsbetrieben innehat. Das Gütesiegel zeichnet Beherbergungsbetriebe aus, welche ihre Verantwortung für ein nachhaltiges Wirtschaften wahrnehmen. Fünf Nachhaltigkeitsdimensionen werden von ibex fairstay abgedeckt, das Management, Ökologie, Regionales, Soziales und die Wirtschaftlichkeit. (ibex fairstay, 2019)

Bei der Zertifizierung von ibex fairstay gibt es vier Auszeichnungsstufen (Abbildung 7).



Abbildung 7 – Die vier Auszeichnungsstufen (ibex fairstay, 2019)

Bei den Prozessen für die Auszeichnung sind drei unabhängige Stellen involviert. Diese setzen sich aus dem Auditor, dem Komitee für die Zertifizierung und der Geschäftsstelle zusammen. Diese Konstellation (Abbildung 8) garantiert die Seriosität und Glaubwürdigkeit sowie die Neutralität des Labels.

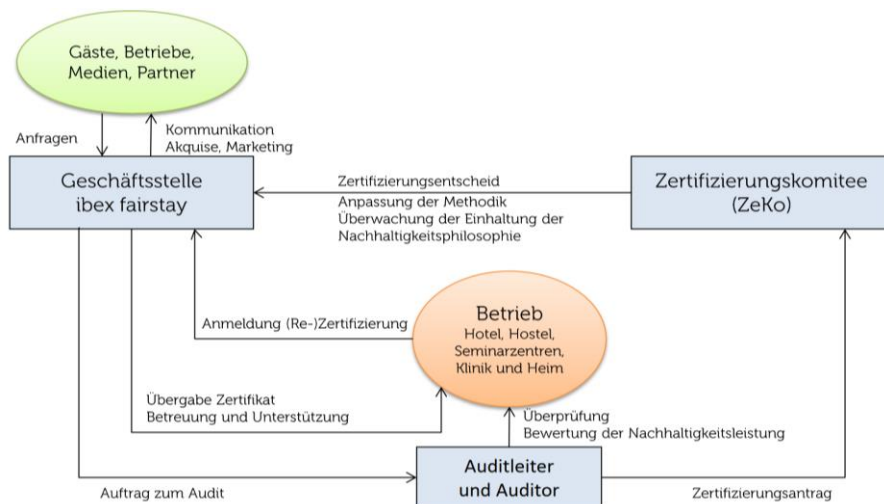


Abbildung 8 – Organisation Ibox Fairstay (ibex fairstay, 2019)

## Die fünf Dimensionen

Ibox fairstay orientiert sich an einer ganzheitlichen Zertifizierung der fünf Dimensionen Management, Umwelt, Wirtschaftlichkeit, Soziales und Regionales. Die einzelnen Bereiche beinhalten folgende Schwerpunkte (ibex fairstay, 2019):

### Dimension Management

Das Management muss die Nachhaltigkeit fest in den Prozess der Geschäftsführung einbinden. Bereits bestehende Strukturen müssen an die Nachhaltigkeit angepasst werden. Dies in den Bereichen wie der Führung der Mitarbeitenden, der internen Organisation, der Orientierung der Gäste sowie der Innovationsprozesse (Abbildung 9).



Abbildung 9 – Dimension Management



### Dimension Umwelt

Wir legen Wert auf die Nachhaltigkeit und den Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Es wird deshalb stark auf die Umweltverträglichkeit unseres Handelns geachtet. Einsparungsmöglichkeiten sollen auch ausgeschöpft werden. Dies in den Bereichen wie der Energie, Wasser, Einkauf, Abfall und der Einrichtung der Umgebung (Abbildung 10).

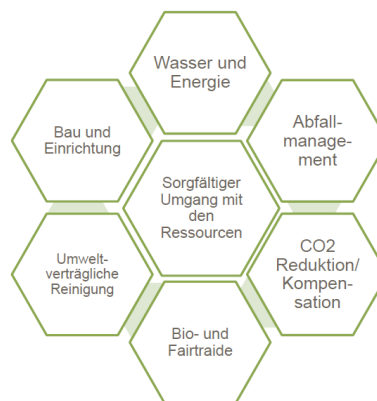


Abbildung 10 – Dimension Umwelt

### Dimension Regionalität

Die Region soll durch die Wertschöpfung gestärkt werden. Dadurch, dass die Wertschöpfung in der Region bleibt, werden Arbeitsplätze geschaffen, das Brauchtum unterstützt und Transportwege verringert. Die Gäste werden so für die Besonderheiten und die Spezialitäten der Region begeistert (Abbildung 11).



Abbildung 11 – Dimension Regionalität

### Dimension Soziales

Das Wohlbefinden der Mitarbeitenden sowie der Gäste soll gestärkt werden. Es ist uns ein Anliegen, dass die Rahmenbedingungen im Betrieb für alle Beteiligten stimmen. Wie zum Beispiel in den Bereichen der Gästewünsche, faire Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden, Einbeziehung der Lieferanten, der Einklang mit der Bevölkerung sowie die Barrierefreiheit (Abbildung 12).



Abbildung 12 – Dimension Soziales

### Dimension Wirtschaftlichkeit

Arbeitsplätze können nur durch einen gesunden und wirtschaftlichen Betrieb gesichert werden. Ein solcher Betrieb ermöglicht auch nachhaltiges Arbeiten. Ein Augenmerk liegt somit auf den Bereichen Ertrag, Kostenkontrolle, Leistung, Investitionen und das Risikomanagement. Weiter ist die Mitarbeitenden- und Gästezufriedenheit von Bedeutung (Abbildung 13).

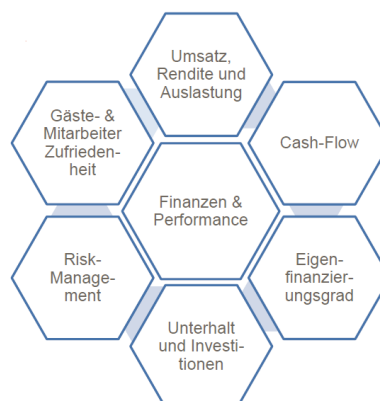


Abbildung 13 - Dimension Wirtschaft

## Der Zertifizierungsprozess

---

Nach der ersten Kontaktaufnahme und einem persönlichen Gespräch mit der Geschäftsstelle von ibex fairstay, meldet sich der Betrieb verbindlich für die Zertifizierung an. Daraufhin wertet der zugeteilte Auditor den Zertifizierungsfragebogen aus und besichtigt den Betrieb vor Ort. Der Auditor unterstützt den Betrieb während des Auszeichnungsprozesses. Er erstellt den Auditbericht und beantragt die Zertifizierung beim Komitee. Dieses wiederum prüft den Antrag und entscheidet über die Zertifizierung und in welcher Stufe sich der Betrieb befindet. (ibex fairstay, 2019)

## Kosten für die Casa Moscia

---

Die Kosten für die Erstzertifizierung, welche auch das Audit beinhaltet, belaufen sich einmalig auf **CHF 3'800**. Die Gebühr wird nach dem Umsatz des Betriebes berechnet. Die Casa Moscia fällt in die Kategorie von Betrieben, welche einen Umsatz von bis zu 2 Millionen erwirtschaften. Auf die Rezertifizierung alle drei Jahre bietet ibex fairstay eine Reduktion von 15 % (CHF 570) an. Die Jahresgebühr beträgt **CHF 1'800**.

Die Zertifizierungsgebühr beinhaltet folgende Leistungen (ibex fairstay, 2019):

- Prüfung des Zertifizierungsauftrages inklusive der Bearbeitung und der Auswertung der eingereichten Dokumente
- Auf Wunsch wird ein Kick-off-Workshop angeboten
- Begleitung beim Prozess für die Zusammenstellung der Dokumente
- Die Vorbereitung und die Durchführung des Audits sowie die Fahrkosten für den Auditor
- Den Aufwand des Komitees für die Zertifizierung
- Reduktion der Kosten um 15 % bei der Rezertifizierung

#### 4.4. Fazit Label

---

Wie die Recherche zeigt, gibt es viele Labels, welche unterschiedliche Schwerpunkte und Bereiche abdecken. Die Labels verfügen auch über verschiedene Geltungsbereiche. Die Kriterien und die Bewertungsvorschriften sind nicht bei allen Labels uneingeschränkt öffentlich zugänglich. Einige der Labels stellen die Kriterien nicht vor der Anmeldung zur Verfügung. Ibex fairstay zum Beispiel gibt die Kriterien erst bei der Anmeldung frei. Die Kriterien können jedoch bei einem ersten persönlichen Treffen eingesehen werden.

Diese Punkte, vor allem die teilweise nicht zugänglichen Kriterien, machen es unmöglich, die Labels aussagekräftig zu vergleichen. Für eine Entscheidung müsste sich ein Betrieb auf die für ihn wichtigsten Punkte fokussieren und eine kleine Auswahl an Labels persönlich kontaktieren.

Eine Zertifizierung durch Ibex fairstay kommt für die Casa Moscia in Frage. Ibex fairstay stellt neben einem umfangreichen Massnahmenkatalog auch Unterlagen für einen nachhaltigen Umbau zur Verfügung. Es ist das grösste Schweizer Label und trifft somit ein Kriterium, das für die Casa Moscia von Bedeutung ist. Weiter wird die Zertifizierung in Stufen vorgenommen und ermöglicht Verbesserungen im Betrieb für die Gäste bildlich darzustellen.

Aufgrund der Bedürfnisse der Casa Moscia ist eine Zertifizierung durch ibex fairstay anzustreben.

## 4.5. Changemanagement im Kontext von Tourismus und Nachhaltigkeit

---

Dieses Kapitel befasst sich mit der Frage, wie ein Betrieb sicherstellen kann, dass die Nachhaltigkeit im Betrieb auch gelebt wird. Die Literatur zeigt einige Bereiche auf, in denen Anpassungen vorgenommen werden müssen, um eine Veränderung nachhaltig umzusetzen. Diese Literaturrecherche unterstützt die Erarbeitung der Handlungsempfehlungen für die Casa Moscia.

Folgend werden die Themen Unternehmenskultur, Personalmanagement, nachhaltiges Management und Kommunikation aufgeführt.

### 4.5.1. Unternehmenskultur

---

Die Literatur gibt vor, dass die Geschäftsleitung als ersten Schritt die Verpflichtung für die Veränderung eingehen muss und gibt dies in einem Leitbild vor. Weiter müssen Ziele und Massnahmen definiert werden. Diese müssen überprüft werden und stellen die Grundlage für Massnahmen zur Verbesserung dar. Solche Prozesse scheitern, wenn kein Wille für Anpassungen bei der Geschäftsleitung und/oder den Mitarbeitenden vorhanden ist. Mangelnde Vorbereitung und fehlende Schulungen von Mitarbeitenden oder der mangelnde Einsatz für die Veränderungen der Geschäftsleitung führen oft ebenfalls zum Scheitern der Change Projekte (Löbel, et al., 2005).

Einen nachhaltigen Wandel zu erreichen, ist nur möglich, wenn sich die Unternehmenskultur mitverändert. Es muss ein Fokus auf die Veränderung der Unternehmenskultur gelegt werden, damit dieser Prozess erfolgreich sein kann (Doppelt, 2010).

### 4.5.2. Personalmanagement und Organisationskultur

---

Die Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung oder Corporate Social Responsibility (CSR) beschäftigt sich selten mit dem Personalmanagement. Das überrascht, denn nachhaltige Ziele können im Betrieb nur umgesetzt werden, wenn die Mitarbeitenden dies in ihrer Kultur auch leben. Bei der Umsetzung von nachhaltigen Massnahmen lässt sich eine Veränderung der Betriebskultur fast nicht verhindern. Es braucht demnach Prozesse, welche diese Veränderung unterstützen. Um eine nachhaltige und vor allem langfristige Wirksamkeit zu erreichen, bedarf es der Verankerung von CSR und dem Personalmanagement (Freyberg, et al., 2014).

Was bedeutet Unternehmenskultur? Kultur kann als eine Gruppe angesehen werden, welche geteilte Werte und Normen sowie Verhaltenspräferenzen vertreten. Kultur dient als ein Orientierungsprozess. Dieser Prozess beeinflusst das Erleben und Handeln der Mitarbeitenden (Freyberg, et al., 2014). Betriebe sind wie eine Gemeinde, und Gemeinden bestehen aus Menschen, welche sehr komplex sind. Ihr Verhalten wird von äusseren und inneren Faktoren sowie von Emotionen gesteuert (Doppelt, 2010).

Dass die Kultur einer Organisation mit der Akzeptanz von umweltschonendem Verhalten zusammenhängt ist anzunehmen. Die Unternehmenskultur begünstigt einerseits die Bereitschaft am Anfang des Prozesses und andererseits die Motivation sich bei der Umsetzung von nachhaltigen Massnahmen einzubringen. Diese Unternehmenskultur sollte sich durch Partizipation und Innovation auszeichnen. Es kann davon ausgegangen werden, dass nicht nur die Bewusstseinsbildung der Mitarbeitenden oder eine bessere Information zur Erreichung der Ziele beitragen, sondern viel mehr ein Umstrukturierungs- und Innovationsprozess auf organisatorischer und individueller Ebene. Eine Anpassung der Handlungsmuster ist somit auf der Ebene der Mitarbeitenden und Geschäftsleitung sowie auf übergreifenden organisatorischen Ebenen notwendig (Thomas & Aberspach, 2011).

Die Mitarbeitenden müssen demnach für das Thema CSR sensibilisiert werden. Eine Schulung des Personals bietet sich auf jeden Fall an. Nicht nur den Mitarbeitenden kommt eine besondere Stellung zu, auch die Führungskräfte sind in diesen Prozess mit eingebunden, fungieren als Vorbild und sind mit der Sicherstellung der Umsetzung beauftragt. (Freyberg, et al., 2014)

Wenn die Nachhaltigkeit im Betrieb nicht als Wert in der Kultur festgelegt ist, wird der Beitrag jedes einzelnen kleiner ausfallen und folglich wird die Bereitschaft, sich an nachhaltigere Verhaltensweisen zu halten eher abgelehnt. Ein einzelner hat neben den Zielen der Organisation auch seine eigenen Ziele. Besteht zwischen diesen beiden Zielen ein Konflikt, wird er die eigenen Ziele höher bewerten als die Ziele des Betriebs. Kann sich ein Mitarbeitende mit den Zielen des Betriebs identifizieren, steigt auch seine Bereitschaft und Akzeptanz für die nachhaltigen Massnahmen und ein Verändern der Handlungsmuster. Es ist demnach wenig erfolgsversprechend, nur bei den Mitarbeitenden anzusetzen. Der Einbezug der gesamten Organisation ist gefragt, um die Bereitschaft in effektives umweltschonendes Verhalten umzuwandeln. (Thomas & Aberspach, 2011)

Nachhaltigkeitsziele müssen mit dem Management des Personals sowie deren Instrumenten verbunden sein. Nur so kann sich die Nachhaltigkeit im Handeln der Mitarbeitenden und den Führungskräften widerspiegeln. Wird das Personalmanagement vernachlässigt, läuft der Betrieb Gefahr, dass zwar die Projekte umgesetzt werden, sich das Verhalten der Mitarbeitenden aber nicht nachhaltig verändert. (Freyberg, et al., 2014)

Beispiele für die Umsetzung in der Praxis (Freyberg, et al., 2014):

- Führungsrichtlinien
- Personalmarketing
- Personalauswahl
- Ideenmanagement
- Innovationsprozesse

Wie lässt sich das Personalmanagement nun konkret nachhaltig aufgleisen?

Dies setzt drei Bedingungen voraus (Freyberg, et al., 2014).

**1. Hoher Stellenwert der Nachhaltigkeit bei der Geschäftsleitung**

Die Geschäftsführung und Führungskräfte finden sich in der Position als Botschafter, Umsetzer und Akteure wieder und engagieren sich für ein nachhaltiges Personalmanagement. Die Veränderung im Betrieb und im Personalmanagement wird nur dann gelingen, wenn sich Führungskräfte und die Geschäftsleitung aktiv am Prozess beteiligen und sich involvieren. Wird dies allein den Mitarbeitenden überlassen, wird der Prozess nicht gelingen.

**2. Fachkompetenzen müssen im Betrieb vorhanden sein**

Fachkompetenzen und Instrumente zum Personalmanagement müssen vorhanden sein, und wenn dies im Betrieb nicht der Fall ist, müssen diese erworben werden. Entweder durch eine externe Beratung oder Selbstinitiative.

**3. Zeitliche und personelle Ressourcen**

Eine Person im Betrieb muss für ein nachhaltiges Personalmanagement verantwortlich sein.

Auch in kleineren Betrieben, welche oft keine Personalfachkräfte haben, muss sich eine Person dauerhaft und systematisch diesem Thema annehmen. Diese Aufgabe darf nicht als Arbeit für nebenbei angeschaut werden, die zuständige Person braucht hierfür den nötigen zeitlichen Freiraum.

**4.5.3. Nachhaltiges Management**

---

Nach Freyberg, et. al. sollte jedes Unternehmen über ein Managementsystem verfügen, um die eigenen unterschiedlichen Ziele zu erreichen. Der Nachhaltigkeitsprozess muss in dieses System integriert werden. Soll für die Einführung der neuen Prozesse externe Unterstützung beigezogen werden? Es kann davon ausgegangen werden, dass eine Umstellung mit der Unterstützung eines externen Partners längerfristigen Erfolg hat. Die Gründe hierfür sind einerseits der Wissenstransfer und andererseits auch das Know-How des Beraters zum Thema Nachhaltigkeit. Dazu kommt die Motivation der Mitarbeitenden durch den Berater. Dieser kann viel offener und unvoreingenommen auf die Mitarbeitenden eingehen. Ein weiterer Grund, welcher eher negativ ins Gewicht fällt, sind die Kosten. Diese können natürlich sehr variieren und müssen individuell angeschaut werden. (Freyberg, et al., 2014)



### Nachhaltigkeitsteam

Um sicherzustellen, dass der Nachhaltigkeitsprozess nicht in Vergessenheit gerät, empfiehlt sich ein Nachhaltigkeitsteam aus verschiedenen Hierarchiestufen. Dies kann eine Auswahl an Mitarbeitenden sein, welche die Motivator- und Kommunikatorrolle einnehmen. Dies zeigt die Wertschätzung für den ganzheitlichen Betrieb und ermöglicht es, die verschiedenen Sichtweisen und Erfahrungen, welche im Prozess gemacht wurden, einzubringen (Freyberg, et al., 2014). Leitverhalten und die Verfügbarkeit von Personalressourcen sind wichtige organisatorische Rahmenbedingungen, welche den Change möglich machen (Thomas & Aberspach, 2011).



### Situationsanalyse

Der Einführungsprozess sollte immer mit einer Situationsanalyse beginnen, um festzuhalten, wo der Betrieb steht. Eine Aufnahme von zum Beispiel den Verbraucherkennzahlen ist zu empfehlen. So kann ein Vorher/Nachher-Vergleich gemacht werden. Dieser Vergleich kann auch als Kommunikationsinstrument gegenüber den Gästen verwendet werden. Eine Mitarbeiterbefragung bietet sich für die Sammlung von qualitativen Antworten an. Hier kann die Einschätzung der Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit abgeholt werden. Diese Befragung müsste mehrmals durchgeführt werden, um Vergleichswerte zu schaffen. (Freyberg, et al., 2014)



### Ziele

Nach der Erhebung des Ist-Zustandes sollten Ziele in Richtung Nachhaltigkeit formuliert werden. Ein Managementsystem, welches nachhaltig ausgelegt ist, versucht einen langfristigen Verbesserungsprozess einzuführen. Gewisse Standards, wie die Mülltrennung, müssen erfüllt werden, jedoch sollte dies nicht das endgültige Ziel sein. Nach der Erreichung dieses Zieles, würde die Motivation nicht mehr gross vorhanden sein, um sich weiter zu verbessern. Die Ziele müssen realistisch und dennoch anspruchsvoll sein. (Freyberg, et al., 2014)



## Umsetzung

Nach der Definition der Ziele geht es an die Umsetzung. Die Verantwortung sollte, wie bereits erwähnt, an mehrere Mitarbeitende abgegeben werden. Diese dezentrale Organisation für die Erreichung der Ziele sorgt dafür, dass die Anpassungen im ganzen Betrieb gelebt werden und langfristig angelegt sind. Bei der Einführung des Nachhaltigkeitsprozesses besteht die Schwierigkeit darin, die Mitarbeitenden für diesen Prozess zu motivieren. Der Prozess darf nicht als eine weitere, von oben herab, aufgetragene Vorschrift angesehen werden. Die Mitarbeitenden sollen den Prozess als Verbesserungschance für den Betrieb, sich selbst und die Umwelt ansehen. (Freyberg, et al., 2014)

Es wird nochmals betont, dass die Chancen einer erfolgreichen Einführung grösser sind, wenn den Mitarbeitenden das Gefühl von Verantwortung und auch eigenem Teilhaben vermittelt wird. Dadurch, dass das Nachhaltigkeitsteam aus verschiedenen Personen aus verschiedenen Hierarchien besteht, gibt es den Mitarbeitenden das Gefühl, dass sie diese Änderungen für «ihren» Betrieb umsetzen (Freyberg, et al., 2014). Eine Kultur, welche durch Partizipation gekennzeichnet ist, verspricht eine höhere Akzeptanz, ihr Verhalten anzupassen. Es gibt Hinweise, dass Mitarbeitende in einer Beteiligungskultur auch innovativer sind. (Thomas & Aberspach, 2011)

Ein nachhaltiges Changemanagement ist nur möglich, wenn sich die Kultur auch verändert (Doppelt, 2010).

### 4.5.4. Kommunikation der Nachhaltigkeit

Ein Betrieb kann die Wertschätzung der Gäste gewinnen, indem er die Bemühungen für mehr Nachhaltigkeit im Betrieb kommuniziert. Die Interaktion mit dem Gast darf in diesem Themenbereich nicht vernachlässigt werden. Heutzutage kann die Vermittlung der eigenen Bemühungen ausschlaggebend für Buchungen sein. Nachhaltigkeit kann ein Buchungskriterium für Gäste sein. Ohne Kommunikation über die Nachhaltigkeit im Betrieb, versäumt es der Gastgeber, ein Buchungsargument für seinen Betrieb zu nennen. (Freyberg, et al., 2014)

Bei der Kommunikation der Nachhaltigkeit gibt es mehrere Punkte zu beachten. Es müssen die möglichen Zielgruppen für die Kommunikation adressiert werden. Neben den möglichen Gästen sind auch Partner, Zulieferer und die Mitarbeitenden zu adressieren. Die Mitarbeitenden sind ein entscheidender Erfolgsfaktor. Es ist deshalb wichtig, dass genau sie, neben der Geschäftsführung, sich mit dem Nachhaltigkeitsgedanken identifizieren können und diesen



auch leben und umsetzen wollen. Damit der Gedanke von den Mitarbeitenden nicht abgelehnt wird, muss von der Geschäftsleitung darauf geachtet werden, dass das Thema nicht schulmeisterlich vermittelt wird. Dazu kommt das Thema «Greenwashing» und «Whitewashing». Beides geht von einer Verfälschung oder eben Verfärbung von Tatsachen aus. Ein Betrieb brüstet sich mit Bemühungen welche entweder gar nicht vorhanden sind oder nur minimal umgesetzt werden. Deshalb ist beim Thema Nachhaltigkeit vor allem eine authentische Kommunikation unerlässlich. Es darf folglich nur das kommuniziert werden, was wirklich probiert wurde. (Freyberg, et al., 2014) Eine transparente Kommunikation soll nicht nur die guten Taten kommunizieren, sondern auch, dass mal was probiert wurde das vielleicht nicht funktioniert hatte.

Wie sollen nun die Bemühungen richtig kommuniziert werden?

Bevor diese Frage beantwortet werden kann, muss die Geschäftsleitung die geeigneten Kommunikationskanäle wählen und diese auch entsprechend einsetzen. Es kann eine eigene Strategie formuliert werden oder aber eine Kooperation eingegangen werden. Auszeichnungen bieten sich immer als wertvollen Kommunikationsbeitrag an. Entscheidet sich ein Betrieb für eine eigene Strategie für die Kommunikation, so sollte die Kommunikationspolitik aufeinander abgestimmt sein. (Freyberg, et al., 2014)

### **Best Practice Beispiele Kommunikation**

---

Weitere Hotels verwenden Social Media, Blogs oder Newsletter für die Kommunikation der Nachhaltigkeit. Wie zum Beispiel einen Newsletter über die Verbesserungen und was in einer gewissen Zeitspanne erreicht wurde oder die Bemühungen, Ziele und was bereits erreicht wurde wird auf der Homepage unter Nachhaltigkeit kommuniziert. (Freyberg, et al., 2014)

Beispiele hierfür befinden sich im Anhang D.

## 5. Ergebnisse des Nachhaltigkeitscheck im Zweistufen-Verfahren

---

Die Ergebnisse starten mit der Auswertung der Situationsanalyse in der Casa Moscia. Gefolgt wird diese von der Auswertung der Befragungen, die mit sieben Mitarbeitenden zwischen dem 15. und 17. Mai 2019 durchgeführt wurden.

### 5.1. Situationsanalyse

---

Die Situationsanalyse ist in die vier Nachhaltigkeitsdimensionen Management, Wirtschaft, Soziales und Umwelt eingeteilt. Jede Dimension hat mehrere Themenblöcke, welche unterschiedlich viele Nachhaltigkeitskriterien enthalten. Die Analyse ist nach den Dimensionen und Themenblöcken gegliedert und ausgewertet.

#### 5.1.1. Bewertung Management

---

##### Nachhaltigkeitsmanagement

Ein Nachhaltigkeitsmanagement ist in der Casa Moscia noch nicht vorhanden. Dieser Punkt kann deshalb nicht bewertet werden.

Die Nachhaltigkeit wird nicht systematisch berücksichtigt, noch gibt es eine beauftragte Person, welche sich mit dem Thema befasst. Im Leitbild ist die Nachhaltigkeit in einem Satz sehr vage festgehalten. Im internen Dokument «Leitbild und Strategie der Kurs- und Ferienzentren» wird diese bei den Werten folgendermassen beschrieben:

«Wir fördern einen differenzierten, tiefgründigen und lebensfördernden Umgang mit dem christlichen Glauben und pflegen einen nachhaltigen Umgang mit der Schöpfung.»



##### Einbezug der Anspruchsgruppen

Der Einbezug von Anspruchsgruppen wird als mittel bewertet.

Die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern oder Lieferanten wird vom Casa Moscia gesucht. Rückmeldungen von Gästen werden immer beachtet und wenn möglich Anpassungen vorgenommen. Es besteht ein aktiver Kontakt zu ERFA-Gruppen. Diese setzen sich aus einem Hotel in Locarno-Monti und einem Hotel in Pura TI zusammen.

---



## Gästeinformation über die Nachhaltigkeit

Die Gästeinformation wird als mittel bewertet.

Die Gäste werden vielfach nicht aktiv über die Nachhaltigkeit und Bemühungen der Casa Moscia informiert.

Zu vielen Bemühungen, wie z.B. dem eigenen Brot oder regionalem Essen findet der Gast keine Informationen, ausser er fragt nach. Die Gäste werden über die Häufigkeit der Wäsche sowie Zimmerreinigung, und wie sie diese reduzieren können, informiert. Sie erhalten im selben Merkblatt die Informationen zum Solidaritätsmahl (Erläuterung folgt) und dessen Verwendung. Den Gästen werden so Möglichkeiten aufgezeigt, wie sie sich nachhaltiger verhalten können. Zusätzlich wird im Merkblatt auch auf das Konzept der Saisongemeinschaft (Erläuterung folgt) in der Mitarbeiterschaft aufmerksam gemacht.

### **Solidaritätsmahl** Text aus dem Merkblatt:

«Viele Menschen hungern. Wir verzichten und teilen, indem wir am Montagmittag keine frischen Produkte, sondern schmackhafte Reste verwerten. Die gesparten Lebensmittel rechnen wir mit CHF 4.00 pro teilnehmende Person ab und leiten die Summe an Projekte für notleidende Menschen weiter. Danke fürs Mitmachen und Ihre Solidarität.»

### **Saisongemeinschaft** Text aus dem Merkblatt:

«Die Saisongemeinschaft besteht aus Personen verschiedenen Alters mit Anstellungen bis zu 80% in den Bereichen Hauswirtschaft, Küche, Service und All-round zu marktüblichen Löhnen. Ca. ein Tag pro Woche wird zusätzlich für die Bearbeitung einer persönlichen Zielsetzung, für Module zu Themen in Theologie und christlicher Spiritualität eingesetzt. Diese Möglichkeit wird gerne im Übertritt von der Lehre/Matura zum weiterführenden Studium, als Auszeit, zur Neuorientierung, als ergänzende/klärende Erfahrung oder einfach auch aus Neugierde genutzt. Dieser Arbeitsbereich wird mit Spenden unterstützt.»

### 5.1.2. Bewertung Wirtschaft

---



#### Stärkung der regionalen Wirtschaft

Die Stärkung der regionalen Wirtschaft wird als gut bis mittel bewertet.

Die Casa Moscia versucht die lokale Wirtschaft zu unterstützen. Dies indem die Casa Moscia Produkte oder Dienstleistungen, wenn immer möglich, aus der Region bezieht. Auch Aufträge werden vorzugsweise in der Region vergeben. Durch das Personalmodell werden Mitarbeitende aus der ganzen Schweiz angestellt. Festangestellte sowie Mitarbeitende im Stundenlohn sind aus dem Tessin.



#### Wirtschaftlichkeit

Die Wirtschaftlichkeit wird als gut bewertet.

Die Casa Moscia als Ganzes generiert Wertschöpfung. Dem Stammgast sind die Werte der Casa Moscia bekannt und er schätzt das vielseitige Angebot an Kursen. Diese zusätzlich angebotenen Kurse können den Gast dazu verleiten, einen oder mehrere Tage länger zu bleiben oder sogar extra für einen Kurs anzureisen. Das Gesamtpaket macht die Casa Moscia aus und gibt ihr einen Wiedererkennungswert, was sich in einem Marktvorteil äussern kann. Dieses Gesamtpaket bewegt die Gäste zum Wiederkehren. Dies zeigt auch der geschätzte Anteil von 50 % Stammgästen.

### 5.1.3. Bewertung Soziales

---



#### Gästebedürfnisse

Die Berücksichtigung der Gästebedürfnisse wird als gut bewertet.

Als einziger Kritikpunkt ist hier anzubringen, dass die Casa Moscia nicht barrierefrei ist. Die Lage und Umgebung der Casa Moscia ist für Personen mit einer Gehbehinderung nicht geeignet. Bei Anfragen empfiehlt die Casa Moscia eine andere, besser geeignete Unterkunft, um den Gästen eine andere Möglichkeit zu bieten. Die Seeherberge ist sehr familienfreundlich und verfügt über Familienzimmer, einen Spielplatz sowie ein Spielzimmer.

Die Casa Moscia bietet Vergünstigungen für Studierende und Gruppen an und führt keine Saisonpreise. Zusätzlich verfügt die Casa Moscia über einen Fond, aus welchem sie Gästen mit eingeschränkten finanziellen Mitteln einen Nachlass geben und ihnen so einen Aufenthalt ermöglichen können.

Auf Lebensmittelunverträglichkeiten wird eingegangen und auf Anfrage Alternativen angeboten.



## Arbeitsverhältnisse

Die Arbeitsverhältnisse werden als gut bis mittel bewertet.

Als verbesserungswürdig fällt bei diesem Punkt die fehlende Schulung des Personals im Bereich der Nachhaltigkeit sowie die Gleichstellung auf. Beim Kriterium zur Gleichberechtigung herrscht in der Casa Moscia Lohngleichheit. Die althergebrachte Rollenverteilung und die Rollenbilder sind jedoch noch vertreten und im Alltag verankert. Man mutet den Frauen aktiv mehr zu als den Männern und schützt die Männer eher vor jenen Arbeiten, welche als typisch für Frauen wahrgenommen werden. Im Gastronomie Bereich sowie in der Hauswirtschaft werden grundsätzlich öfters Frauen eingestellt als Männer.



## Lokale Kultur

Die Berücksichtigung der lokalen Kultur wird mit mittel bewertet.

Es wird grundsätzlich auf regionale Materialien geachtet, aber es gibt auch Ausnahmen. Das lokale Brauchtum wird nicht aktiv gefördert oder gepflegt. Da die Zielgruppe vorwiegend aus der Deutschschweiz stammt, sind alle Informationen auf Deutsch erhältlich. Sogar die Beschriftungen der Gebäude ist in Deutsch (Abbildung 14).



Abbildung 14 – Beschriftungen verschiedener Räume an den Fassaden (Quelle: S. Haessig)



In Bezug auf die Architektur (Abbildung 15 & Abbildung 16) ist das Brauchtum jedoch vorhanden und ersichtlich. Die Architektur wird im Tessiner-Stil gehalten.



Abbildung 15 - Architektur Casa Moscia (Quelle: S. Haessig)



Abbildung 16 – Architektur & Garten Casa Moscia (Quelle: S. Haessig)

#### 5.1.4. Bewertung Umwelt



##### Umgang mit Energie

Der Umgang mit Energie wird mit mittel bewertet.

Der Energieverbrauch ist dem Casa Moscia bekannt. Sie verwenden nur stromsparende Leuchtmittel und achten bei Anschaffungen von Geräten und Maschinen auf die Energieeffizienz. Geräte und Maschinen werden erst ausgetauscht, wenn diese nicht mehr funktionieren. Die Casa Moscia bezieht ihren Strom zu einem Drittel aus einer erneuerbaren Energiequelle.

Negativ fallen hier das momentan noch ineffiziente Heizsystem und die fehlenden Optimierungsmassnahmen zur Verminderung von CO<sub>2</sub>-Emissionen auf. Geheizt wird mit einer Öl-Heizung.

Mit dem Umbau im Jahr 2022 wird auf eine Seewasserwärmepumpe, Solarthermie und eine Solaranlage umgestellt. Diese Massnahmen sollen zur Optimierung der eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen dienen und eine energetische Selbständigkeit fördern.



##### Umweltschonende Mobilität

Die Mobilität wird mit mittel bewertet.

Auf der Webseite des Casa Moscia finden die Gäste die Informationen zur Anreise. Den Gästen werden die Anreisemöglichkeiten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln sowie dem Auto aufgezeigt. Im ersten Satz wird auf die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln verwiesen, gefolgt von einem fettgedruckten Hinweis, dass Parkplätze vorhanden sind (Abbildung 17).

**Mit ÖV bis direkt zur Casa Moscia – aber auch für PW's hat es Platz**

Gute Fahrt und ein herzliches Willkommen!

**Anreise Bahn via Gotthard**

- Umsteigen in Bellinzona nach Locarno Stazione
- Umsteigen in den Bus Nr. 316 Richtung Brissago
- Aussteigen Station Moscia (nach Ascona). "Halt auf Verlangen" drücken

**Anreise Bahn via Brig-Domodossola**

- Umsteigen in Domodossola in die Centovallbahn (Schnellzug "Diretto" Richtung Locarno)
- In Locarno Umsteigen in den Bus Nr. 316 Richtung Brissago
- Aussteigen Station Moscia (nach Ascona). "Halt auf Verlangen" drücken

**Anreise mit dem Auto**

- Via Bellinzona: Ausfahrt „Bellinzona-Süd“ Richtung Locarno
- Nach dem Umfahrungstunnel Locarno Richtung Brissago.
- Kurz nach dem kürzeren Tunnel bei Hyundai-Garage rechts abbiegen. Ca. 300m bis zum Parkplatz der Casa Moscia (während Hochsaison kann es zu Engpässen kommen)
- Es ist möglich, oberhalb der Passerelle zwischenzuhalten um das Gepäck auszuladen



Abbildung 17 – Hinweis zur Anreise auf der Webseite des Casa Moscia



Den Gästen wird bei der Anreise das Ticino-Ticket übergeben und sie werden über dessen Verwendung und Reisemöglichkeiten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln informiert. Reisen, welche die Casa Moscia organisiert und anbietet, werden immer mit den öffentlichen Verkehrsmitteln durchgeführt.

Ein Veloverleih ist nicht vorhanden. Ein Abhol- und/oder Gepäcktransport wird nicht angeboten. Eine Zusammenarbeit mit dem Veloverleih von Locarno gibt es noch nicht.



### Natur und Landschaft

Die Bemühungen für die Natur und Landschaft werden mit gut bis mittel bewertet.

Die Architektur ist an das Orts- und Landschaftsbild angepasst. Auch der Garten ist naturnah gestaltet und entspricht dem Orts- und Landschaftsbild (Abbildung 18 & Abbildung 19). Der Garten trägt zur Biodiversität bei und bietet vielen kleinen Tierarten einen natürlichen Lebensraum. Negativ zu erwähnen ist, dass es im Garten nicht nur einheimische Pflanzen gibt. Anstelle von Giften gegen Nager werden Katzen eingesetzt. Die Casa Moscia hat sich während der letzten Nager-Plage zwei Katzen zugelegt (Abbildung 20).

Zusätzlich wird im Garten und der Umgebung nur biologischer Dünger verwendet. Es wird schonend mit dem See umgegangen. Diese Schonung der Natur ergibt sich für die Casa Moscia selbstverständlich durch die Lage der Seeherberge.

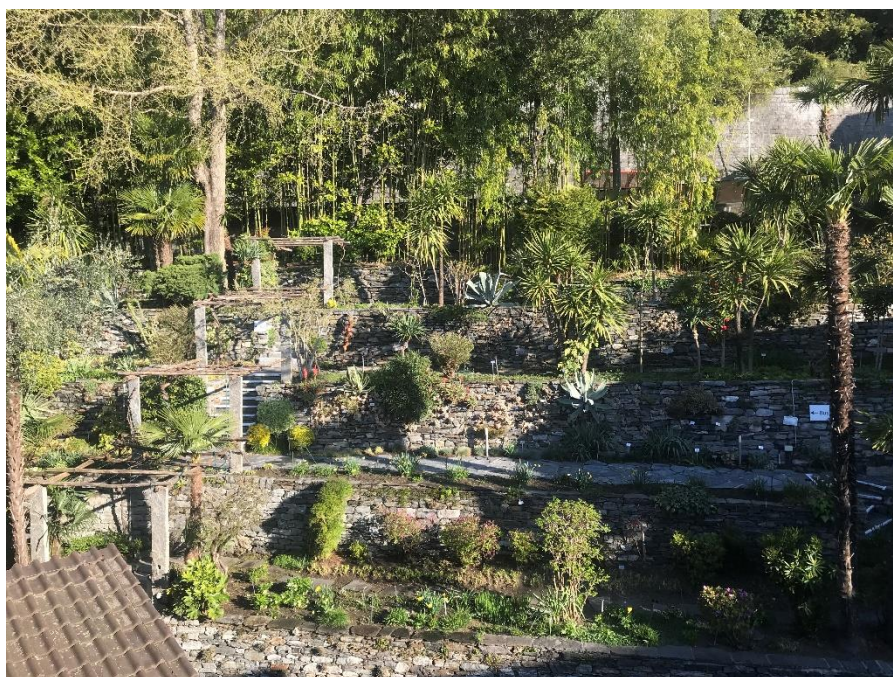


Abbildung 18 – Garten Casa Moscia (Quelle: S. Haessig)





Abbildung 19 – Architektur ist an Landschaftsbild angepasst (Quelle S. Haessig)



Abbildung 20 – Nager-Jäger (Quelle S. Haessig)



### Schonung Umweltressourcen

Die Bemühungen für einen schonenden Umgang mit den Umweltressourcen werden mit mittel bis gut bewertet.

Die Casa Moscia hat bereits Massnahmen zum Wassersparen umgesetzt und diese werden mit dem Umbau 2022 weiter ausgebaut. Im Gruppenhaus funktioniert die WC-Spülung mit Seewasser. Für die Gartenbewässerung wird auch bereits Seewasser verwendet. Abfall wird vom Personal recycelt und die Recycling Station (Abbildung 21) steht auch den Gästen zur Verfügung.

Umweltverträgliche Reinigungsmittel der Marke «Maya» werden in Grossverpackungen eingekauft und bei der Reinigung wird mit der automatischen Dosierung gearbeitet. Diese verhindert ein überdosieren des Waschmittels.

Grundsätzlich werden keine kleinen Shampoos oder Seifen in den Zimmern bereitgestellt. Bis zum Umbau wird den Gästen in den Zimmern mit nur einem Lavabo eine kleine, einzeln verpackte Seife (Abbildung 22) bereitgelegt. Die restlichen 8 Zimmer verfügen über einen Dispenser mit Bio-Shampoo.



Abbildung 21 – Recycling Station Casa Moscia (Quelle S. Haessig)



Abbildung 22 – Einzelverpackte Seife in Zimmern mit einem Lavabo



## Gäste

Die Möglichkeiten für die Gäste werden mit gut bewertet.

Die Gäste haben die Möglichkeit, die Häufigkeit der Zimmerreinigung zu bestimmen und ob sie die Tücher gewechselt haben möchten oder nicht (Abbildung 23). Ihnen steht auch die Recycling Station zur Benützung frei und ist so platziert, dass diese den Gästen auffallen müsste, wenn sie sich in und um die Cafeteria befinden.

Die Gäste haben zwar nicht die Möglichkeit, Speisereste getrennt zu entsorgen, jedoch fällt sehr wenig Abfall an Speisen auf den Tellern der Gäste an.



Abbildung 23 – Hinweis für die Gäste



## Gastronomie

Die Leistung in Bezug auf die Nachhaltigkeit in der Gastronomie wird mit mittel bewertet.

Negativ fällt hier auf, dass es keine Bestimmungen zum Einkauf von biologischen Lebensmitteln gibt und dass nur teilweise solche Lebensmittel eingekauft werden. Es muss davon ausgegangen werden, dass die meisten eingekauften Lebensmittel nicht biologisch produziert wurden.

Die Casa Moscia bezieht vorwiegend Lebensmittel aus der Region, so gut es geht. Wein und Bier sind aus dem Tessin. Dies ist aber nicht genau geregelt. Es gibt zwei Snack-Automaten, welche mit PET-Falschen und mit nicht regionalen Snacks und zum Teil auch nicht mit regionalen Getränken befüllt sind (Abbildung 24).

Food-Waste wird vom Casa Moscia aktiv und gezielt reduziert. Das Buffet ist bedient, was dazu führt, dass die Gäste weniger grosse Portionen erhalten, als wenn sie sich selbst schöpfen könnten. Die Teller der Gäste und das Geschirr, in welchem das Essen am Buffet angeboten wird, sind klein gehalten. Die Behälter werden öfters aufgefüllt und das Essen in der Küche warm gehalten. Dies führt dazu, dass kein überschüssiges Essen am Buffet übrig bleibt und am Schluss weggeworfen werden müsste.

Das Mittagessen an jedem Montag besteht aus einem Solidaritätsmahl, welches nicht aus frischen Zutaten zubereitet wird. Food-Waste wird verhindert, in dem Reste weiterverwertet werden.

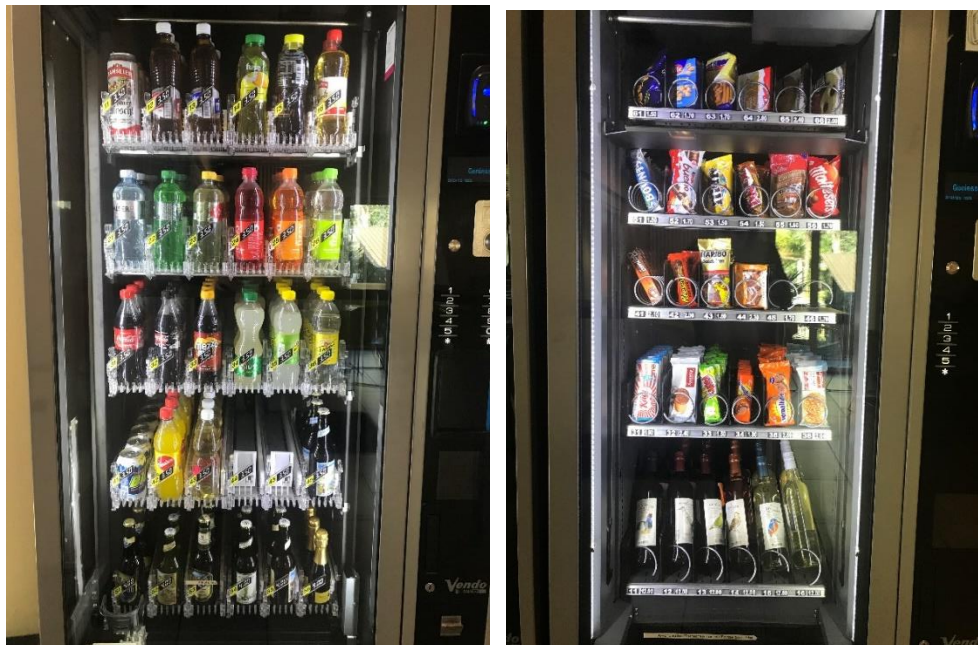


Abbildung 24 – Snack-Automaten in der Cafeteria für die Gäste

## 5.2. Auswertung Resultate der Mitarbeitendenbefragung

Die Fragen wurden einzeln ausgewertet. Es wurden die Antworten von 7 Mitarbeitenden gesammelt. Falls weniger als 7 Antworten ausgewertet wurden, weil einige Fragen nicht beantwortet wurden, ist dies vermerkt.

### 1) Befassen Sie sich privat oder im Arbeitsleben mit dem Thema Nachhaltigkeit?

Alle 7 Mitarbeitenden haben diese Frage mit «Ja» beantwortet, sowie privat als auch im Arbeitsleben.

Folgende Ergänzungen dazu wurde gemacht:

- Meine Kinder machen mich oft auf die Nachhaltigkeit aufmerksam. Dadurch achtet man auch im Arbeitsleben noch mehr darauf und macht sich Gedanken, wo man noch Ressourcen einsparen könnte.
- Ich dusche immer nur kurz, kaufe keine PET Flaschen, lösche immer das Licht und verwende LED Leuchtmittel. Ich stelle die Heizung auch früh ab und ziehe mich lieber etwas wärmer an. Bei der Arbeit achte ich auf die Nachhaltigkeit und es freut mich, dass die Casa Moscia dies auch tut
- Wo es möglich ist versuche ich nachhaltig zu leben. Ich fliege nicht. Kaufe immer regionale Lebensmittel. Aber es gibt bestimmt im Privatleben sowie dem Berufsleben noch Luft nach oben. Der Arbeitsplatz im Büro geht leider nicht ohne Strom und es ist immer alles eingesteckt.

### 2) Was verstehen Sie unter einem nachhaltigen Hotelbetrieb?

Die Auswertung erfolgt nach den Arbeitsbereichen. Es werden pro Bereich alle Stichworte aufgelistet, welche genannt wurden. Die Auflistung der Stichworte in Tabelle 10 folgt nach der grafischen Darstellung der Nennungen der Stichworte (Abbildung 25).

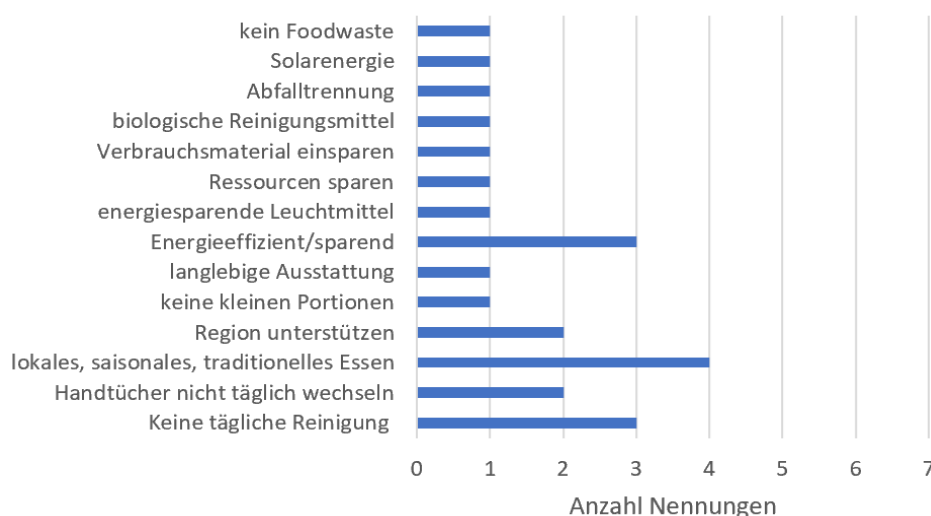


Abbildung 25 – Auswertung Frage 2, n=7



Tabelle 10 - Stichworte pro Arbeitsbereich

Service 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Keine tägliche Reinigung der Zimmer</li> <li>– Handtücher nicht jeden Tag wechseln</li> <li>– lokales Essen und traditionelle Gerichte</li> <li>– die Region unterstützen</li> </ul>
Rezeption 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Keine tägliche Reinigung der Zimmer</li> <li>– Handtücher nicht jeden Tag wechseln</li> <li>– Keine verpackten Portionen bei den Mahlzeiten</li> <li>– Ausstattung sollte langlebig, qualitativ hochwertig sein und nicht günstig und nicht oft gewechselt werden</li> </ul>
Haustechnik 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Energie sparen, Licht immer abstellen und nicht den ganzen Tag brennen lassen</li> <li>– Keine tägliche Reinigung der Zimmer</li> <li>– Leuchtmittel sollen lieber energiesparend anstatt modern und schön aussehen, das Design ist hier nicht wichtig</li> </ul>
Hauswirtschaft 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Energieeffizienter Betrieb</li> <li>– Ressourcen sparen wo es nur geht</li> <li>– weniger Verbrauchsmaterial verbrauchen</li> <li>– Verwendung von biologischen Wasch- und Putzmitteln</li> <li>– Abfalltrennung</li> <li>– Saisonal und regionale Speisen</li> <li>– Einheimische miteinbeziehen</li> <li>– Die Unterkunft sollte lieber nachhaltig und einfach gestaltet sein als viel Luxus haben</li> </ul>
Gastronomie 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Regionale Produkte (von beiden Personen genannt) wie zum Beispiel Produkte aus dem Tessin oder mindestens aus der Schweiz. Am liebsten sollten die Lebensmittel 0 Kilometer zurückgelegt haben. Es sollten auch keine Produkte aus dem Ausland importiert werden, wenn man diese auch hier einkaufen kann.</li> <li>– Solarenergie</li> <li>– Reste verwerten, kein Food-Waste</li> <li>– Energieeffizienz, Technik auf dem neusten Stand</li> </ul>

### 3) Sind Sie der Meinung, dass die Casa Moscia Wert auf Nachhaltigkeit legt?

Grundsätzlich sind 6 der befragten Mitarbeitenden der Meinung, dass die Casa Moscia Wert auf die Nachhaltigkeit legt (Abbildung 26).

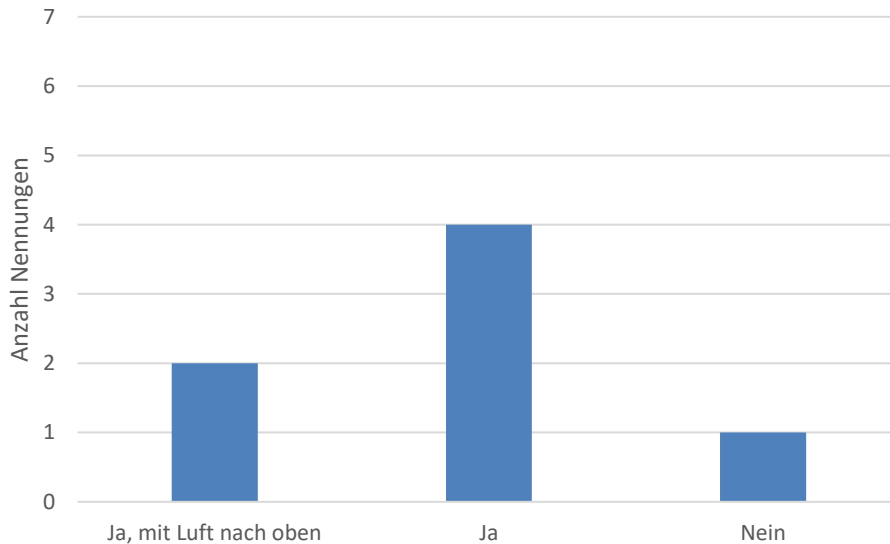


Abbildung 26 - Auswertung Frage 3, n=7

**Als Begründung bei «ja»** wurden folgende Beispiele genannt:

Person 1: Solarenergie, regionale Produkte, Recycling

Person 2: Solaranlage und Recycling

Person 3: Mehrere Mitarbeitende achten auf die Nachhaltigkeit, zum Beispiel um das Licht immer zu löschen, wenn dies nicht gebraucht wird.

**Als Begründung bei «ja, mit Luft nach oben»** wurde folgendes angefügt:

Person 4: Die Casa Moscia ist nicht mehr auf dem neusten Stand

Person 5: Es gibt Verbesserungspotenzial

**Als Begründung bei «nein»** wurde folgendes genannt:

Person 6: «Die Casa Moscia achtet zu wenig auf die Nachhaltigkeit, es könnte besser sein»

#### 4) Wie nachhaltig würden Sie die Casa Moscia einstufen?

Es lässt sich klar sagen, dass die Mitarbeitenden die Casa Moscia zwischen «Teils-teils» und «eher nachhaltig» einschätzen (Abbildung 27). «Teils-teils» und «eher nachhaltig» haben jeweils drei Stimmen erhalten und eine Person konnte sich zwischen diesen beiden nicht entscheiden.

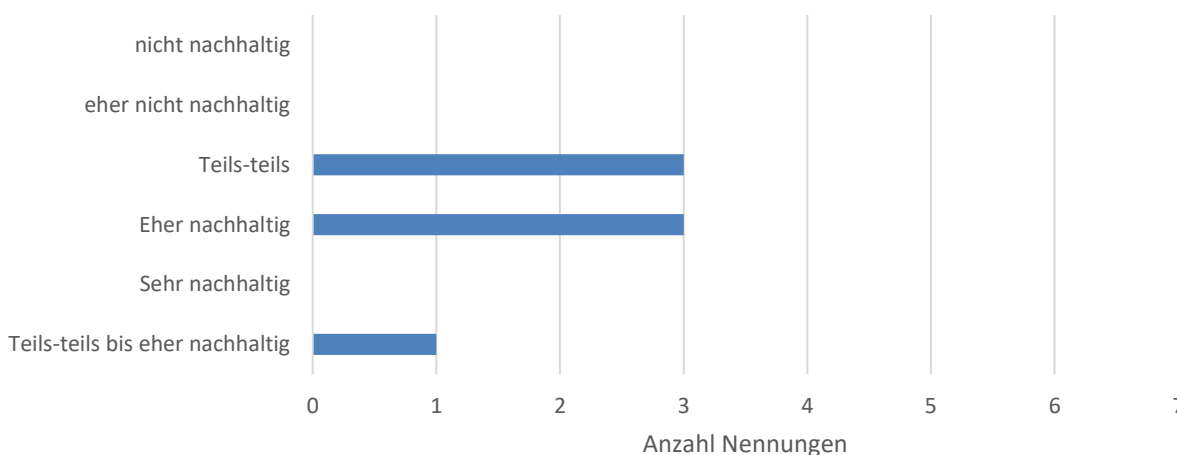


Abbildung 27 - Auswertung Frage 4, n=7

#### 5) Können Sie bei Ihrer eigenen täglichen Arbeit zur Nachhaltigkeit beitragen? Wo und wieso?

Bei dieser Frage wurden viele verschiedene Möglichkeiten genannt. Es soll alles festgehalten werden, was die Mitarbeitenden bereits in Richtung Nachhaltigkeit machen. Es wurden deshalb alle Antworten nach den Arbeitsbereichen gegliedert und aufgeführt (Tabelle 11). Keine Möglichkeit wurde doppelt erwähnt.

Tabelle 11 - Antworten Frage 5 nach Arbeitsbereichen

Service 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mehrwegbesteck anstelle von Plastik/Einweg-Geschirr</li> <li>– Fast kein Food Waste, weil das Buffet bedient ist und nicht zu grosse Portionen geschöpft werden.</li> </ul>
Rezeption 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bildschirme am Abend abstellen</li> <li>– Papiersparen mit einer Makulatur-Box</li> </ul>
Haustechnik 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ideen, welche ich bei der Geschäftsleitung angebracht hatte, wurden angenommen</li> <li>– Cafeteria so umgebaut, dass nur noch 50 % Lampen im Einsatz sind und Präsenzmelder installiert</li> <li>– Licht überall löschen und allen Mitarbeitenden immer wieder sagen</li> <li>– Heizung spät im Jahr anstellen und so früh wie möglich wieder ausschalten</li> </ul>

<p>Hauswirtschaft 2 Personen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eigeninitiative für Anpassungen wurden von der Geschäftsleitung gut aufgenommen und die Vorschläge konnten schnell umgesetzt werden</li> <li>- Umstellung auf biologische Waschmittel</li> <li>- Reinigungsflaschen mit spezieller Pumpe als Aufsetzer und Schaum damit weniger Mittel verwendet wird</li> <li>- 60 anstatt 90 Grad Waschgänge. Dies dauert weniger lange und spart Energie</li> <li>- Microfaser-Tücher, damit weniger Reinigungsmittel verwendet wird</li> <li>- Neu wird darauf geachtet, dass nicht auf den Gegenstand, sondern direkt auf den Reinigungslappen gesprayt wird. Dies führt auch dazu, dass weniger Mittel verwendet wird</li> <li>- Durch die Hinweiskleber zur Reinigung der Gästetücher, konnten geschätzt ca. 20 % eingespart werden. Die Gäste verwenden ihre Tücher öfter.</li> <li>- Upcycling: Verwendung von Joghurtbechern aus der Küche für den Transport der schmutzigen Lappen in die Reinigung</li> <li>- Waschmaschine immer vollbeladen laufenlassen</li> <li>- Nie leer laufen. Energie und Zeit sparen durch Vorausdenken und Material im Voraus mitnehmen</li> <li>- Reinigung mit Wasser und Microfaser anstatt mit Reinigungsmittel</li> </ul>
<p>Gastronomie 2 Personen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenig dreckiges Geschirr produzieren</li> <li>- Bestellung der Lebensmittel an Anzahl Gäste anpassen</li> <li>- Um die Frische von Früchten und Gemüse zu garantieren wird lieber weniger dafür öfters bestellt</li> <li>- Bestellungen besser planen und Produkte weglassen, welche nicht wirklich benötigt werden</li> <li>- Regional und saisonal einkaufen</li> <li>- Food-Waste verhindern</li> <li>- Fahrwege können durch gute Planung der Bestellungen gespart werden</li> </ul>



## 6) Welche Ihrer Arbeitsbereiche sind Ihrer Meinung nach nicht nachhaltig gestaltet und wieso?

Ausser einer Antwort gab es keine Doppelnennung. Es wurden deshalb alle Antworten nach den Arbeitsbereichen gegliedert und aufgelistet. Die Antwort, welche doppelt genannt wurde, ist in der Tabelle 12 mit 2x gekennzeichnet.

Tabelle 12 - Antworten Frage 6 nach Arbeitsbereichen

Service 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Einweg-Geschirr bei Partys</li> <li>– Kleine Portionen (Butter, Konfitüre)</li> </ul>
Rezeption 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Hoher Papierverbrauch im Büro</li> <li>– Viele Broschüren und Flyer für die Touristen</li> </ul>
Haustechnik 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– In vielen Zimmern musste man das Wasser unverhältnismässig lange laufen lassen, bis warmes Wasser kam</li> <li>– Lichter werden von den Mitarbeitenden, wie auch von den Gästen, nicht gelöscht</li> <li>– Die Mitarbeitenden löschen zum Beispiel das Licht nicht, auch wenn man es ihnen mehrmals sagt. Ich erwarte hier mehr Unterstützung durch die Geschäftsleitung</li> <li>– Ölheizung</li> <li>– Die Technik ist auf der ganzen Anlage verteilt und nicht zentral, das macht das Arbeiten ineffizient</li> <li>– Die Recycling Station ist sehr schlecht beschildert, ca. 80 % der Gäste recyceln nicht</li> <li>– Im Casa Moscia gibt es viel zu viele verschiedene Leuchtmittel (verschiedene Sockel)</li> </ul>
Hauswirtschaft 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kleine, einzeln verpackten Seifen</li> <li>– Einweghandschuhe</li> <li>– Hoher Verbrauch an Plastiksäcken <b>(2x)</b></li> <li>– Mitarbeitende verwenden teils zu viele Putzlappen für die Reinigung</li> </ul>
Gastronomie 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Küche alt und nicht modern</li> <li>– Gasherd und Glaskeramik. Keinen Induktionsherd Mit dem Induktionsherd kann schneller gekocht werden, die Herdplatte kühlt schneller ab und ist einfacher und schneller wieder gereinigt. Ein Induktionsherd hat aber hohe Investitionskosten</li> <li>– Keinen Lift im Hotel. Die Casa Moscia ist nicht barrierefrei</li> <li>– Mitarbeitende spülen Geschirr mit Seife und warmen Wasser vor. Das ist nicht nötig, die Abwaschmaschine erledigt das</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Das Abwaschmittel wird oft überdosiert</li> <li>– Information der Mitarbeitenden ist nicht optimal gelöst. Die Fluktuation macht es nicht einfacher. Wenn ein Mitarbeitender mal in gewisse Themen eingearbeitet ist, dann ist es meistens schon wieder so weit, dass er wieder geht. Das ist mühsam und beansprucht viel Zeit.</li> </ul>
--	---

## 7) Wo sehen Sie bei Ihrem Arbeitsbereich Verbesserungspotenzial, damit dieser nachhaltiger gestaltet werden kann?

Die Antworten aus Frage 8 wurden in diese Frage integriert. Die Mitarbeitenden konnten die Fragen nicht ganz klar auseinanderhalten. Alle Antworten werden pro Arbeitsbereich aufgelistet (Tabelle 13).

Tabelle 13 - Antworten Frage 7 und 8 nach Arbeitsbereichen

Service 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Einweg-Geschirr für Partys einsparen</li> </ul>
Rezeption 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Papierverbrauch für Werbebroschüren und Flyer verringern</li> <li>– Ausdruck Hausdamenliste und Meal-Planliste minimieren</li> <li>– Arbeitsabläufe besser planen, doppelte Arbeit verhindern</li> <li>– Klare Arbeitsbereiche und Anweisungen</li> <li>– Sensor für die Beleuchtung im Verkaufsraum installieren</li> </ul>
Haustechnik 1 Person	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Photovoltaikanlage</li> <li>– Weg vom Öl</li> <li>– Automatisieren der Beleuchtung mit Sensoren und Zeitschaltuhren</li> <li>– Recycling besser beschriften</li> <li>– Gäste auf Nachhaltigkeit sensibilisieren</li> <li>– Mehr Unterstützung der Geschäftsleitung</li> <li>– Umbau lieber gestern statt heute</li> <li>– Beim Umbau sollte darauf geachtet werden, dass alle Leuchtmittel gleich sind</li> <li>– Küche muss renoviert werden, sie ist undicht und nicht mehr modern</li> <li>– Casa Moscia muss modernisiert werden</li> <li>– Technik auf einen neuen Stand bringen, ist auch ein Risikofaktor!</li> <li>– Fäkalienpumpe schnellst möglich ersetzen</li> </ul>
Hauswirtschaft 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Einweghandschuhe durch nachhaltigere ersetzen</li> <li>– Plastik einsparen</li> <li>– Die Reinigung an die Länge des Aufenthalts der Gäste anpassen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>– In 37 Zimmern keine kleine Seife mehr anbieten. Nur 8 Zimmer haben einen Seifendispenser</li></ul>
Gastronomie 2 Personen	<ul style="list-style-type: none"><li>– Knappes Budget für die Mahlzeiten der Gäste, lässt nicht viel Spielraum. Wenn gewisse Produkte etwas teurer sind, muss ein anderes Produkt etwas günstiger eingekauft werden</li><li>– Mehr Budget für Bio-Produkte. Ist zum jetzigen Zeitpunkt aus Kostengründen nicht möglich</li></ul>

Folgende Ergänzungen wurden gemacht:

- Die Casa Moscia macht bereits sehr viel. Es wird, wenn möglich, immer saisonal und regional eingekauft.
- Ideen sind immer willkommen und werden im Team besprochen und angeschaut.
- Bei den Lebensmitteln wird immer auf hohe Qualität der Produkte geachtet.
- Die Casa Moscia ist viel nachhaltiger als mein vorheriger Arbeitgeber. Es gibt fast kein Essensabfall und die Abfalltrennung wird gut gemacht, ich finde das super.
- Es wird vieles bereits gut gemacht

#### 9) Würden Sie eine Weiterbildung im Bereich der Nachhaltigkeit besuchen?

---

Von den 7 Mitarbeitenden hat sich nur eine Person gegen eine Weiterbildung ausgesprochen. Die anderen waren offen und sind grundsätzlich an Themen ihres Arbeitsfeldes interessiert.

#### 10) Haben Sie Interesse Ihre Arbeitsabläufe in Zukunft nachhaltiger zu gestalten?

---

Von 7 Mitarbeitenden möchten 6 ihre Arbeitsläufe in Zukunft nachhaltiger gestalten.

Die Person, welche sich dagegen ausgesprochen hat, hat angegeben, dass sie der Meinung ist, bereits genug nachhaltig zu sein.

## 6. Diskussion

---

Die Diskussion ist in die Situationsanalyse und die Befragung der Mitarbeitenden unterteilt.

### 6.1. Situationsanalyse

---

Über alle bewerteten Kriterien aus der Situationsanalyse lässt sich die Casa Moscia bei gut bis mittel einstufen. Viele Kriterien sind bereits vorhanden, werden jedoch nicht aktiv gelebt oder kommuniziert. Grundsätzlich legt die Casa Moscia Wert auf ein nachhaltiges Wirtschaften und Handeln, jedoch wird diese Einstellung nicht in allen Bereichen angewendet. Somit besteht bei einigen Punkten Handlungsbedarf. Der Umbau im Jahr 2022 wird vor allem Bereiche in der Haustechnik und der Energiegewinnung verbessern.

Aus der Situationsanalyse wird ein Handlungsbedarf abgeleitet, welcher vor dem Umbau umgesetzt werden kann und nicht Bereiche betrifft, welche durch diesen verbessert werden.

Handlungsbedarf ist in den folgenden Bereichen ersichtlich:

- Nachhaltigkeitsmanagement
- Nachhaltiges Leitbild und Nachhaltigkeitsstrategie
- Kommunikation über die Nachhaltigkeit für die Mitarbeitenden
- Kommunikation über die Nachhaltigkeit für die Gäste
- Umweltschonende Mobilität
- Beschriftung der Recycling-Station
- Umstellung auf Strom aus 100 % nachhaltiger Quelle
- Sensoren und Lichtschaltuhren
- Reduktion der kleinen, einzeln verpackten Seife
- Bestimmungen über den Einkauf der Lebensmittel (Herkunft oder Bio-Zertifizierung)
- Reduktion der einzeln verpackten Lebensmittel (Butter, Konfitüre, usw.)

Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit leistet die Casa Moscia bereits sehr viel und setzt sich für ihre Mitarbeitenden ein. Die Mitarbeitenden erhalten die Möglichkeit sich auch der Selbstentwicklung zu widmen und erhalten marktgerechte Löhne. Im Rahmen der sozialen Nachhaltigkeit wird in dieser Bachelorarbeit keine Handlungsempfehlung abgegeben.

### 6.2. Mitarbeitendenbefragung

---

Aus der Befragung der sieben festangestellten Mitarbeitenden lässt sich sagen, dass die Mitarbeitenden die Casa Moscia als nachhaltig wahrnehmen und sie schätzen die Bemühungen des Betriebes.

Handlungsbedarf gibt es in der Kommunikation gegenüber den Gästen. Die Gäste sortieren zum Beispiel ihren Müll nicht an der Recycling-Station beim Eingang. Es kann hier davon ausgegangen

werden, dass die Benutzung der Station nicht mit Nachdruck empfohlen wird oder, dass die Recycling-Station nicht genügend beschriftet ist.

Es lässt sich nicht erkennen, ob die Mitarbeitenden Vorgaben haben, um sich nachhaltig zu verhalten. Viele Verbesserungen im Bereich Nachhaltigkeit sind aus der Eigeninitiative der Mitarbeitenden entstanden. Es ist positiv hervorzuheben, dass sich die Mitarbeitenden einbringen können und ihre Anliegen von der Geschäftsleitung ernst genommen werden. Die Eigeninitiative der Mitarbeitenden sollte weiter von der Geschäftsleitung gefördert und belohnt werden. Aus der Befragung der Mitarbeitenden geht jedoch hervor, dass diese sich mehr Unterstützung bei der Durchsetzung von Massnahmen wünschen. Die Geschäftsleitung fördert die Nachhaltigkeit im Betrieb und geht auf Verbesserungsvorschläge der Mitarbeitenden ein. Jedoch wird nicht sichergestellt, dass diese Massnahmen konsequent von allen Mitarbeitenden eingehalten werden. Besonders hervorzuheben ist, dass einige Mitarbeitenden sich daran stören, dass Ideen im Bereich der Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz nicht von allen Mitarbeitenden umgesetzt werden und nicht alle gleich viel Wert auf die Umsetzung legen. Als Beispiel wurde das Löschen der Lichter oder das Vorspülen von Geschirr genannt. Mitarbeitende wünschen sich von der Geschäftsleitung klare Anweisungen und klares Durchsetzen in solchen Situationen.

Der Umbau ist ein wichtiger Schritt für die Casa Moscia. Dies zeigt auch das Ergebnis der durchgeführten Mitarbeiterbefragung. Die Haustechnik begrüsst die Anpassungen, welche der Umbau mit sich bringt, sehr und erhofft sich eine grosse Verbesserung.

### 6.3. Angewandte Methoden

---

Die verwendete Grundlage aus dem Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen (Weber & Taufer, 2016) war das passende Instrument zur Bewertung, denn es hat Erweiterungen der Kriterien zugelassen. Diese Methode ermöglicht einen breiten ersten Überblick über die Bemühungen der Casa Moscia.

Die persönliche Befragung mit den acht Leitfragen war die passende Methode für die Mitarbeitendenbefragung. Aufgrund der Sprachdifferenz hat sich diese Methode als erfolgreich erwiesen. Deutsch ist nicht von allen befragten Mitarbeitenden die Muttersprache und ein schriftlicher Fragebogen hätte zu Missverständnissen oder unvollständigen Antworten führen können. Durch die mündliche Befragung konnte dies durch Erklärungen verhindert werden. Mit der Befragung konnte das Thema Nachhaltigkeit und die Rolle dieser Bachelorarbeit beschrieben werden. Die Interviews mit den Mitarbeitenden waren ein wichtiger Schritt im Prozess für einen nachhaltigeren Betrieb in der Casa Moscia. Durch die Befragung wurden die Mitarbeitenden früh im Prozess der Bachelorarbeit mit dem Thema Nachhaltigkeit konfrontiert und ihre Inputs konnten abgeholt werden.

Der Fragebogen zur mündlichen Befragung für die Mitarbeitenden hätte noch ausführlicher sein können und es hätten mehr Mitarbeitende mit einbezogen werden können. Mit sieben Mitarbeitenden ist jedoch fast die Hälfte aller festangestellten Mitarbeitenden abgedeckt. Bei einer nächsten

Befragung sollte in Betracht gezogen werden, dass alle festangestellten Mitarbeitenden befragt werden.

Die Recherche und die daraus resultierte Situationsanalyse zusammen mit der Befragung der Mitarbeitenden konnten die ersten zwei Fragestellungen beantworten wie die Nachhaltigkeit gemessen werden kann und welches Label sich für die Casa Moscia eignet. Ein Instrument zur Messung der Nachhaltigkeit wurde direkt auf die Casa Moscia angewendet. Die Situationsanalyse und die Befragung der Mitarbeitenden haben ergeben, dass die Casa Moscia viel im Bereich der Nachhaltigkeit umsetzt und welche Betriebsbereiche noch Handlungsbedarf aufweisen. Mit dem Vorgehen der Bachelorarbeit und den daraus resultierten Ergebnissen können weitere Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

Welche Handlungsempfehlungen ergeben sich nun aus den Erkenntnissen der erstellten Situationsanalyse und der Befragung für die Casa Moscia? Das folgende Kapitel 7 beschäftigt sich mit der Beantwortung der letzten Fragestellung.

## **7. Handlungsempfehlungen**

---

Dieses Kapitel beantwortet die dritte Fragestellung, welche Handlungsempfehlungen sich aus dem Nachhaltigkeitscheck im Zweistufen-Verfahren ergeben. Die Handlungsempfehlungen stützen sich auf die Erkenntnisse der Diskussion zur Situationsanalyse und des Fragebogens.

Folgend ein Überblick über die Handlungsempfehlungen in diesem Kapitel:

### **7.1. Changemanagement in der Casa Moscia**

- 7.1.1. Nachhaltigkeitsteam bilden
- 7.1.2. Nachhaltigkeit in das Leitbild aufnehmen
- 7.1.3. Kommunikationskonzept für die Mitarbeitende
- 7.1.4. Einbindung der Mitarbeitenden in den Prozess
- 7.1.5. Workshops für die Mitarbeitenden

### **7.2. Kommunikation der Nachhaltigkeit für die Gäste**

- 7.2.1. Nachhaltigkeit auf der Internetseite kommunizieren
- 7.2.2. Informationsblatt für die Gäste erweitern
- 7.2.3. Newsletter der Casa Moscia
- 7.2.4. Anschlagbrett in der Cafeteria

### **7.3. Programm «Cause We Care»**

### **7.4. Gastronomie**

- 7.4.1. Herkunft der Lebensmittel deklarieren
- 7.4.2. Beelong, der Eco-Score aller Lebensmittel
- 7.4.3. Reduktion der Snacks am Buffet und den Automaten
- 7.4.4. Reduktion der einzeln verpackten Lebensmittel am Buffet

### **7.5. Haustechnik**

### **7.6. Beschriftung der Recycling Station**

## 7.1. Changemanagement in der Casa Moscia

---

Wie kann die Nachhaltigkeit im Betrieb umgesetzt werden und wie wird sie von den Mitarbeitenden auch gelebt? Folgend werden Bereiche aufgeführt, welche verbessert werden können, um diesen Change möglich und vor allem nachhaltig zu gestalten.

### 7.1.1. Nachhaltigkeitsteam bilden

---

Wie aus der Recherche im Kapitel 4.5.3. hervor geht, ist ein Team für das Changemanagement wichtig. Dieses Team sollte nicht nur aus der Geschäftsleitung bestehen, sondern die Mitarbeitenden miteinbeziehen. So kann sichergestellt werden, dass der Prozess im ganzen Betrieb vorangetrieben wird und auch eine «Bottom Up» Bewegung entsteht. Der Change Prozess wird somit nicht als eine von oben herab gegebene Aufgabe interpretiert sondern als eigener Prozess wahrgenommen.

In Zusammenhang mit der Einführung und Anmeldung des Labels ibex fairstay ist die Bildung eines Teams sehr sinnvoll. Eine Anwendung für das Nachhaltigkeitsteam im Prozess der Anmeldung für ibex fairstay wird in Kapitel 8 beschrieben.

Die Mitglieder im Team übernehmen in ihrem Bereich eine Leitfunktion und sammeln Erfahrungen für die Umsetzung, welche regelmässig ausgetauscht werden. Dieser Austausch ermöglicht es, den Prozess aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Ein schnelles Handeln ist bei Problemen auch möglich, weil diese frühzeitig erkannt werden können.

Das Team sollte sich mindestens alle 2-3 Monate treffen, um sich auszutauschen. Die gesetzten Ziele müssen mit einem Kontrollsystem überprüfbar sein. Dies könnte zum Beispiel ein Ampelsystem sein.

Es ist wichtig, dass dieses Team schon früh gebildet wird und die Bereichsleiter sowie motivierte Mitarbeitende miteinbezogen werden.

Beispiel Teambildung in der Casa Moscia:

- Geschäftsleitung
- Leitung Service
- Leitung Gastronomie
- Leitung Hauswirtschaft
- Leitung Haustechnik
- Engagierte Mitarbeitende



### 7.1.2. Nachhaltigkeit in Leitbild aufnehmen

---

Die Nachhaltigkeit muss im Betrieb als Wert festgesetzt werden, damit jeder Einzelne einen Beitrag leistet und die Bereitschaft, sein Verhalten anzupassen, wird auf diese Weise gesteigert (Thomas & Aberspach, 2011).

Das Leitbild der Casa Moscia setzt sich aus der Mission, den Werten und der Vision zusammen. Die Nachhaltigkeit wird in den Werten erwähnt: «*Wir fördern [...] und pflegen einen nachhaltigen Umgang mit der Schöpfung*». Das Leitbild ist in Bezug auf die Nachhaltigkeit ausbaufähig.

Das Leitbild bietet der Geschäftsleitung sowie den Mitarbeitenden eine Orientierung in Bezug auf die angestrebten Ziele des Betriebes und wie diese Ziele erreicht werden sollen. Ein Leitbild soll motivieren und handlungsleitend sein. Für Aussenstehende signalisiert ein Leitbild, wofür ein Betrieb steht. Es begründet intern sowie extern das unternehmerische Handeln. (Gogoll & Wenke, 2017)

Durch ein Leitbild gibt sich ein Betrieb eigene Spielregeln und somit eine Unternehmenskultur. Wieso scheitern jedoch Leitbilder teilweise? Wenn das Leitbild nur schön formuliert und abgedruckt wird, aber in der Praxis nicht mit der Unternehmenskultur übereinstimmt, hat es wenig Erfolgchancen. (Gogoll & Wenke, 2017)

Die Geschäftsleitung müsste das Leitbild überarbeiten und die Nachhaltigkeit in der Mission, den Werten sowie der Vision festhalten. Die Geschäftsleitung kann als Unterstützung auch die Mitglieder des Nachhaltigkeitsteams miteinbeziehen. Auf diese Weise kann sichergestellt werden, dass sich die Mitarbeitenden auch mit dem angepassten Leitbild identifizieren und dieses nach aussen tragen.

Bei der Erstellung des Leitbildes muss darauf geachtet werden, dass die kommunizierten Grundwerte gelebt werden, insbesondere von der Geschäftsleitung als Vorbildfunktion (Gogoll & Wenke, 2017).

Entweder wird ein Kapitel Nachhaltigkeit ins Leitbild integriert oder die Abschnitte Mission, Werte und Vision werden um entsprechende Themen ergänzt.

Eine Nachhaltigkeitsstrategie ist in der Casa Moscia nicht vorhanden.

Die Schweizer Jugendherbergen führen in ihrem Geschäftsbericht von 2017 folgende (Abbildung 28) Nachhaltigkeitsstrategie auf (Schweizer Jugendherbergen, 2018):



Abbildung 28 - Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen

## Beispiel Formulierungen für eine Nachhaltigkeitsstrategie

### Ökologie

Die Casa Moscia hat sich zum Ziel gesetzt ihren Ressourcenverbrauch zu minimieren. Das Gebäude soll energieeffizient sein und der geplante Umbau so umweltfreundlich wie möglich durchgeführt werden.

Jeder neue Mitarbeitende wird auf die Nachhaltigkeit im Betrieb aufmerksam gemacht und muss sich um die Umsetzung auf seiner Abteilung bemühen.

### Soziales

Die Casa Moscia möchte ein vorbildlicher Arbeitsgeber sein und seine Mitarbeitenden befähigen zur Nachhaltigkeit beizutragen. Unsere Mitarbeitenden sind für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert und werden geschult.

### Ökonomie

Wir möchten eine gesunde Wirtschaftlichkeit erzielen und unsere Leistung auf höchstem Niveau halten.

Bei jeder Entscheidung wird die Nachhaltigkeit berücksichtigt.

### Zertifizierung

Wir streben eine höhere Zertifizierung als Bronze bei ibex fairstay an. Wir möchten uns in diesem Prozess weiterentwickeln und stetig verbessern.

### 7.1.3. Kommunikationskonzept für die Mitarbeitende

---

Anhand der Befragung lässt sich sagen, dass die befragten Mitarbeitenden der Casa Moscia grundsätzlich nachhaltig orientiert sind. Es ist jedoch ersichtlich geworden, dass es noch nicht wirklich von allen im Betrieb gelebt und mehr Unterstützung von der Geschäftsleitung gewünscht wird. Durch die Fluktuation der Saisonmitarbeitenden ist es schwierig, sie während der Arbeit auf dieses Thema aufmerksam zu machen. Bis die Person eingearbeitet ist, ist die Saison fast schon wieder zu Ende.

Mitarbeitende orientieren sich zuerst an ihren eigenen Zielen gefolgt von den Zielen der Unternehmung. Stimmen die eigenen und die Ziele der Organisation nicht überein, wird den eigenen Zielen mehr Priorität gegeben. Können sich jedoch die Mitarbeitenden mit den nachhaltigen Massnahmen und Zielen identifizieren, ist die Akzeptanz für diese Massnahmen höher. (Thomas & Aberspach, 2011)

### Empfehlungen

---

Durch das nachhaltigere Leitbild und einer Nachhaltigkeitsstrategie können Mitarbeitende bereits beim ersten Gespräch für dieses Thema sensibilisiert werden. Es muss den Bewerbern bereits früh mitgeteilt werden, dass von Ihnen erwartet wird, sich bei der Arbeit damit zu beschäftigen und dass die Nachhaltigkeit im Betrieb gelebt wird. Dies kann auch als Teil des Arbeitsvertrages vereinbart werden.

Bei der Ausschreibung der offenen Stellen sollten diese Werte bereits erwähnt werden. Jemand, der sich gar nicht für dieses Thema interessiert und sich auch nicht damit auseinandersetzen will, wird so vielleicht gar nicht erst eine Bewerbung einsenden.

Das Label und dessen Bedeutung für die Casa Moscia sollten bereits beim Vorstellungsgespräch erwähnt und erklärt werden. Ebenfalls, welches die Erwartungen in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Betriebes an den neuen Mitarbeitenden sind.

Das Nachhaltigkeitsteam muss einem neuen Mitarbeitenden vorgestellt werden. Ihm sollte auch mitgeteilt werden, wer seine Ansprechpersonen für Anliegen und Verbesserungsvorschläge zur Nachhaltigkeit sind.

Für die festangestellten Mitarbeitenden ist eine frühzeitige Information über die Änderungen wichtig und dass sie sich in den Prozess miteinbezogen fühlen. Die Personen im Nachhaltigkeitsteam sollen als Motivator und als Anlaufstelle für Anregungen im ganzen Betrieb dienen.

In den Prozess miteinbeziehen kann man die Mitarbeitenden mit einem gemeinsamen Workshop, zum Beispiel am Ende der jetzigen Saison 2019 und einem weiteren zum Start in die Saison 2020, bei welchem auch die Saisonmitarbeitenden dabei sind. Dies könnten Workshops von ibex fairstay sein.

#### 7.1.4. Einbindung der Mitarbeitenden in den Prozess

---

Was könnten Möglichkeiten zur Motivation der Mitarbeitenden sein?

- Jeder Mitarbeiter erhält einen Monat lang die Aufgabe, sich um das Lichterlöschen, die Verwertung von Food Waste, Recycling oder die Reduktion von Waschmittel oder Wasser zu sorgen (Verantwortung übernehmen). Bei Messbaren Aufgaben soll der Wert anfangs Monat und Ende Monat verglichen werden.
- Gute Verbesserungsvorschläge der Mitarbeitenden belohnen und umsetzen. Hat ein Mitarbeitender eine gute Idee, um den Betrieb nachhaltiger zu machen, erhält er als Anreiz eine Belohnung. Diese könnte in Form eines finanziellen Betrages ausfallen. Eine nicht monetäre Alternative könnte ein Gutschein für ein nachhaltiges Restaurant in Locarno, eine Glas- oder Thermofalsche mit dem Casa Moscia Aufdruck oder ein Paket aus lokalen Spezialitäten sein. Diese Alternativen können hier einen Anreiz haben, welchen die Mitarbeitenden mehr motiviert, als ein finanzieller Beitrag.
- Erfolge sollen gefeiert werden. Um die Zertifizierung von ibex fairstay mit den Mitarbeitenden zu feiern, könnte eine Gartenparty zum Saisonstart veranstaltet werden. An der Party würden natürlich regionale Spezialitäten und Getränke serviert werden.

#### 7.1.5. Workshop für die Mitarbeitenden

---

Um den Prozess im Betrieb zu verankern und die Mitarbeitenden auf die Umstellung vorzubereiten bietet ibex fairstay Workshops an. Diese Workshops sollen den Nachhaltigkeitsprozess unterstützen. Ibex fairstay kann die Workshops auf die Bedürfnisse der Casa Moscia anpassen.

Eine Schulung empfiehlt sich mindestens für die Mitarbeitenden des Nachhaltigkeitsteams. Es wäre aber sinnvoll, alle festangestellten Mitarbeitenden zu schulen.

Zu folgenden Themen werden Workshops angeboten:

- Der Wert der Nachhaltigkeit: Kader- oder Nachhaltigkeitsteam
- Weil es uns Wert ist: Mitarbeiter-Sensibilisierung / Kick off Schulung zu Saisonbeginn
- Ressourcen sparen: Wo und Wie?
- Einkaufsmanagement: welche Richtlinien bilden die Basis in der betrieblichen Einkaufspolitik? Wie lässt sie sich umsetzen?
- Angebotsgestaltung: Welche Nachhaltigkeits-Werte setzen wir bei der Angebotsplanung? Wie wird Nachhaltigkeit für den Gast erlebbar?
- Nachhaltiges Engagement in WERT setzen: Workshop zur internen und externen Kommunikation entlang der Servicekette, in allen Dimensionen und mit unterschiedlichen Kommunikationsmitteln

Die Workshops starten mit einer Einführung ins Thema mittels einer Kurzpräsentation. Die Workshops sind auf die Erfahrungen der teilnehmenden Personen abgestimmt und sind praxisorientiert ausgerichtet. Die Teilnehmenden können sich aktiv mit den eigenen Erfahrungen und dem für den Betrieb spezifischen Wissen einbringen. Abgeschlossen wird der Workshop mit den gesammelten Erkenntnissen und es werden die persönlichen und/oder betriebspezifischen Ziele sowie Massnahmen zur Umsetzung der Nachhaltigkeit festgehalten (ibex fairstay, 2019).

Für eine Beratung sollte Kontakt mit Frau Anita Gschwind von ibex fairstay aufgenommen werden.

## 7.2. Kommunikation Nachhaltigkeit für die Gäste

---

Über die Nachhaltigkeit wird in der Casa Moscia nicht viel kommuniziert. Die Gäste können auf Nachfrage Informationen erhalten. Die Bemühungen der Casa Moscia werden ihnen nicht einfach präsentiert. Dies kann mit Hilfe einer offeneren Kommunikation verbessert werden nach dem Motto *«Tue Gutes und sprich darüber»*. Dies können einfache Umsetzungen sein, wie zum Beispiel: Die Nachhaltigkeit auf der Internetseite kommunizieren, die Gäste mittels einem Newsletter oder dem Anschlagbrett auf dem Laufenden halten und die Zimmerinformation auch mit den Nachhaltigkeitsthemen ausstatten.

### 7.2.1. Nachhaltigkeit auf der Internetseite kommunizieren

---

Die Bemühungen der Casa Moscia sind auf der Webseite nicht kommuniziert. Um die Gäste auf dieses Thema aufmerksam zu machen, kann dafür ein eigener Reiter eingerichtet werden. Unter diesem Reiter können alle Themen, welche der Casa Moscia wichtig sind, kommuniziert werden. Die Gäste können sich diese vor dem Aufenthalt durchlesen.

Ideen für Themen unter dem Reiter «Nachhaltigkeit»:

- Vorstellung ibex fairstay
- Vorstellung «Cause We Care» mit Massnahmenplan
- Recycling Station
- Gastronomie: Eigenes Brot, Käse aus der Umgebung, lokale Weine
- Schonende Reinigungsmittel
- Wassersparmassnahmen
- Erneuerungen durch den Umbau

Ein Beispiel aus der Webseite des Hotel Stadthallen in Wien (Abbildung 29):

### Auszeichnungen für Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit im Tourismus

In Sachen Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit im Tourismus sind wir Wiens Leitbetrieb. Nicht ohne Grund wurden wir als erstes Hotel in Wien mit dem EU-Umweltzeichen ausgezeichnet.

Für unser Engagement haben wir schon einige hohe Auszeichnungen erhalten.

Zusätzlich sind wir klima.aktiv-Partner. Wir freuen uns, aktiv zur Verminderung der CO2-Emission beitragen zu können.

Das gesamte Team lebt nach dem Motto: "Sei Du selbst die Veränderung, die Du Dir wünschst von dieser Welt." Da uns die Umwelt und Nachhaltigkeit sehr am Herzen liegt, gewähren wir allen Gästen, die mit dem Fahrrad oder dem Zug anreisen und unseren Stammgästen einen Grünen Bonus von zehn Prozent auf die Zimmerpreise.

Abbildung 29 - Kommunikation Nachhaltigkeit auf der Homepage von Hotel Stadthallen in Wien

Die Anreiseinformationen sollten auf jeden Fall angepasst werden. Zurzeit wird folgende Information gegeben (Abbildung 30):

### Mit ÖV bis direkt zur Casa Moscia – aber auch für PW's hat es Platz

Gute Fahrt und ein herzliches Willkommen!

**Anreise Bahn via Gotthard**

- Umsteigen in Bellinzona nach Locarno Stazione
- Umsteigen in den Bus Nr. 316 Richtung Brissago
- Aussteigen Station Moscia (nach Ascona). "Halt auf Verlangen" drücken

**Anreise Bahn via Brig-Domodossola**

- Umsteigen in Domodossola in die Centovallibahn (Schnellzug "Diretto" Richtung Locarno)
- In Locarno Umsteigen in den Bus Nr. 316 Richtung Brissago
- Aussteigen Station Moscia (nach Ascona). "Halt auf Verlangen" drücken

**Anreise mit dem Auto**

- Via Bellinzona: Ausfahrt „Bellinzona-Süd“ Richtung Locarno
- Nach dem Umfahrungstunnel Locarno Richtung Brissago.
- Kurz nach dem kürzeren Tunnel bei Hyundai-Garage rechts abbiegen. Ca. 300m bis zum Parkplatz der Casa Moscia (während Hochsaison kann es zu Engpässen kommen)
- Es ist möglich, oberhalb der Passerelle zwischenzuhalten um das Gepäck auszuladen



Abbildung 30 - aktuelle Anreiseinformation

Im ersten Satz sollte der erste Teil fett geschrieben sein und nicht der zweite. Der Fokus liegt zum jetzigen Zeitpunkt auf dem Auto. Bei der Anreise mit der Bahn könnte man gleich die SBB verlinken. So können die Gäste sofort ihre Anreise planen.

Im Text zur Anreise mit dem Auto könnte ein Vermerk gemacht werden, dass nur wenige Parkplätze zur Verfügung stehen und dass die Gäste doch vorzeitig Bescheid geben sollen, ob Sie mit dem Auto anreisen oder nicht. Als Anreiz könnte weiter vermerkt werden, dass Gäste, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, zum Beispiel einen Kaffee offeriert oder ein 5-10 Franken geschenktes Guthaben für die Cafeteria erhalten.

Für die Anmeldung von ibex fairstay ist die Angabe, wie viele Gäste per Auto oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, nötig. Diese Zahl könnte natürlich auch geschätzt werden. Es würde sich hier aber gleich anbieten, diese Zahl über die Saison 2019 zu sammeln.



Falls auf diesen Vermerk verzichtet werden möchte, kann die Rezeption beim Check-In nach dem gewählten Reisemittel fragen oder diese Information über das Anmeldeformular erhalten.

Bei der Information zur Anreise sollte unbedingt auf das Ticino Ticket verwiesen werden. Dieser Hinweis sollte möglichst weit oben im Text platziert sein, beispielsweise direkt nach dem Titel.

**Beispiel:** Bei der Anreise erhalten Sie ein Ticino-Ticket pro Person. Mit diesem Ticket können Sie die öffentlichen Verkehrsmittel im ganzen Kanton Tessin gratis benutzen. Auch für Ihre Rückreise am Abreisetag ist das Ticket bis zur letzten Station im Tessin gültig. Alle nötigen Informationen dazu erhalten Sie bei der Anreise.

### 7.2.2. Informationsblatt auf den Gästezimmern erweitern

---

Auf dem jetzigen Informationsblatt in den Zimmern der Gäste finden sich bereits Bemühungen der Casa Moscia zur Nachhaltigkeit. Dieses Informationsblatt besteht aus einer voll beschriebenen Vorder- und Rückseite.

Es bietet sich hier die Möglichkeit, die Nachhaltigkeitsthemen in einem separaten Blatt zusammenzufassen und mit Informationen zum Label ibex fairstay und der Recycling Station zu ergänzen. Das allgemeine Informationsblatt würde so etwas weniger voll gestaltet sein. Das Thema Nachhaltigkeit erhält durch ein eigenes Blatt mehr Aufmerksamkeit. Dadurch dass beide Blätter etwas leichter gestaltet würden, animiert dies den Gast eher die Informationen zu lesen, da er sie besser überfliegen kann.

Beispiele für das Informationsblatt zur Nachhaltigkeit:

- Nachhaltigkeitslabel ibex fairstay
- «Cause We Care»
- Solidaritätsmahl
- Recycling
- Reinigung der Zimmer
- Wechseln der Tücher

Beim Check-In sollte auf diese Informationen hingewiesen werden. Dies kann im besten Fall auch gleich zu Gesprächen zu diesem Thema anregen.

### Textbausteine für das neue Informationsblatt

---

Ein Beispiel für ein Informationsblatt mit den bereits beschriebenen Nachhaltigkeitsthemen und den neuen Textvorschlägen befindet sich im Anhang E.

### 7.2.3. Newsletter der Casa Moscia

Der Newsletter bietet eine ideale Möglichkeit, um vor allem Stammkunden über das neue Leitbild, die neuen Ziele und Pläne sowie die Zertifikationen von ibex fairstay oder der Teilnahme am «Cause We Care» Programm zu informieren. Auf diesem Weg können wiederum erreichte Ziele und die Rezertifizierung von ibex fairstay (mit einer höheren Einstufung) mit den Gästen und Mitarbeitenden gefeiert werden.

Beispiel für Newsletter:

- ibex fairstay Erstzertifizierung
- ibex fairstay Rezertifizierung
- «Cause We Care»
- Umbaubeginn, Fortschritt, Eröffnung
- Erneuerung Recycling Station
- Vorteile Ticino-Ticket
- Erkenntnisse aus dieser Bachelorarbeit

Die Texte können dann auch auf der Webseite unter «News» (Abbildung 31) zum jeweilig passenden Zeitpunkt veröffentlicht werden, damit sie allen Interessierten zur Verfügung stehen und nicht nur den Abonnenten des Newsletters. Zusätzlich können die Text auch auf Social-Media wie Facebook veröffentlicht werden. Beispiele dazu sind im Anhang D zu finden.

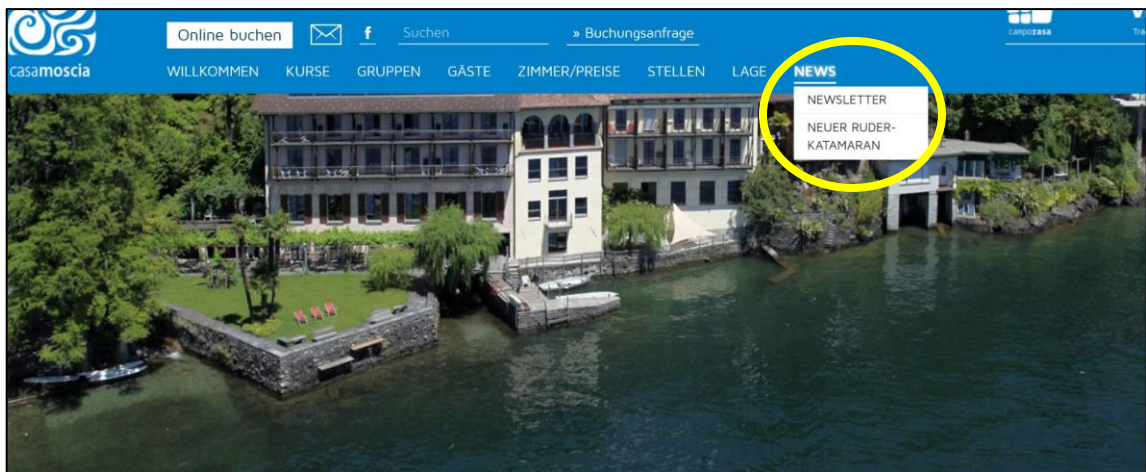


Abbildung 31 - Homepage von Casa Moscia: Reiter News



#### 7.2.4. Anschlagbrett in der Cafeteria

---

In der Cafeteria der Casa Moscia gibt es eine schöne grosse Tafel. Auf dieser Tafel sind Fotos der Mitarbeitenden aufgeklebt und Informationen zu Kursen ausgehängt. Dieser Platz würde sich auch eignen, um die Erfolge in Bezug auf die Nachhaltigkeit zu präsentieren. Es können aber auch Auszüge aus dem Leitbild wiedergegeben oder Hinweise auf die Recycling Station gemacht werden. Das Label ibex fairstay könnte auch hier eingebracht und mit wenigen Stichworten vorgestellt werden. Hinweise zum Umbau und dessen positive Auswirkungen auf die Umwelt könnten auch eine Möglichkeit sein. Eine weitere Möglichkeit wäre die wöchentliche oder monatliche Vorstellung eines Mitarbeitenden und wofür er sich in Bezug auf die Nachhaltigkeit einsetzt.

Der Platz für die Fotos der Mitarbeitenden darf aber keinesfalls eingeschränkt werden. Die Fotos vermitteln etwas Familiäres und dies sollte nicht auf Kosten der Nachhaltigkeitskommunikation eingeschränkt werden. Diese würde sich auch negativ auf die Mitarbeitenden auswirken.

#### 7.3. Programm «Cause We Care»

---

Das Programm «Cause We Care» könnte konkret als Unterstützung für die Finanzierung des Umbaus sowie für den Zertifizierungsprozess eines Labels genutzt werden. Durch die Zusammenarbeit von myclimate und ibex fairstay reduziert sich die Jahresgebühr um 15 % pro Jahr, was der Casa Moscia sehr entgegen kommt. Eine genaue Kostenrechnung ist im Anhang C zu finden.

Das Programm «Cause We Care» kann auf offline sowie online Buchungen angewendet werden. Bei der online Buchung wird dem Gast der Beitrag automatisch zum Buchungsbetrag hinzugerechnet. Der Gast kann aber ganz einfach den Haken beim Beitrag zu «Cause We Care» entfernen, wenn er diesen Beitrag nicht leisten möchte. Bei Buchungen, welche über Mail oder Telefon laufen, muss ein Vorgehen definiert werden. Diese offline Buchungen machen ca. 50 % der Buchungen aus. Es bedarf also einem Kommunikationskonzept für das Personal, welches die Buchungen von den Gästen bearbeitet. Einerseits müssen sie kompetent über das Programm Auskunft geben können und andererseits müssen sie bei «offline» Buchungen für das Programm argumentieren können. Hierzu kommt, dass die Casa Moscia viele Familien und auch Gruppen beherbergt, für welche auch 1 % Mehrkosten vielleicht nicht tragbar sind. Es soll deshalb auch auf solche Personen eingegangen werden, ohne ihnen ein schlechtes Gewissen zu geben, wenn sie sich nicht am Klimaschutz durch «Cause We Care» beteiligen.

Mögliches Beispiel für das Vorgehen bei offline Buchungen:

- Es kann ein Höchstwert gesetzt werden. Ist dieser Höchstwert erreicht, wird nicht nach dem Klimabeitrag gefragt oder die Frage wird so formuliert, dass die Gäste wählen können, ob sie diesen Beitrag leisten möchten oder nicht. Dies könnte vor allem bei Familien, Gruppen oder Gästen mit wenig finanziellen Mitteln angewendet werden. Beispielfrage:

*Ihre Buchung beträgt CHF 500.-, möchten Sie sich mit 1% also CHF 5.- am nationalen sowie internationalem Klimaschutz durch «Cause We Care» beteiligen?*

- Bei allen anderen Buchungen per Telefon kann am Ende des Buchungsprozesses gefragt werden: *Ihre Buchung beträgt CHF 505.- inkl. einem Beitrag zum Klimaschutz von CHF 5.- Ist dies so für Sie in Ordnung?*
- Bei Buchungen per Mail kann der Betrag von der Rezeption bei der Bestätigung hinzugefügt werden. Der Betrag und dessen Zweck «Cause We Care» muss für den Gast einfach ersichtlich sein. Im Bestätigungs-Email wird ein erklärender Text zu «Cause We Care» eingefügt, mit dem Vermerk, dass wenn die Gäste diesen Beitrag nicht leisten möchten, sie dies der Casa Moscia per Mail oder bei der Anreise mitteilen können.
- Wenn diese Möglichkeiten weggelassen werden, kann man die Gäste, welche nicht online gebucht haben, bei der Ankunft direkt auf den «Cause We Care» Beitrag ansprechen.

Die Mitarbeitenden an der Rezeption müssen unbedingt in die Ausarbeitung des Konzeptes miteinbezogen werden. Schlussendlich sind sie die Personen, welche dieses Konzept anwenden müssen. Sie können wertvolles Wissen über das Verhalten der Kunden bei offline Buchungen einbringen, welche bei der Erarbeitung wichtig sind.

Informationen zu «Cause We Care» sollten gut sichtbar bei der Rezeption zur Verfügung stellen. Dies wäre wie in Abbildung 32 mit einem Tischsteller, welcher durch myclimate zur Verfügung gestellt wird, denkbar.



Abbildung 32 - Tischsteller von "Cause We Care" (Stiftung myclimate, 2019)

Alle Mitarbeitenden an der Rezeption müssen gut über das Programm und dessen Verwendungszweck in der Casa Moscia informiert sein. Dass die Casa Moscia den Beitrag in den Fond verdoppelt und der Beitrag in diesem Betrieb zum Einsatz kommt, ist ein wichtiges Verkaufsargument, welches nicht vernachlässigt werden darf.

### Anwendungsmöglichkeiten für den Fond in der Casa Moscia

Aus dem Fond könnten folgende Massnahmen finanziert werden:

- Umbau im Jahr 2022
- Jahresgebühr ibex fairstay
- Rezertifizierung ibex fairstay
- Implementierungskosten «Cause We Care»
- Weiterbildungen für die Mitarbeitenden

## 7.4. Gastronomie

Zurzeit werden fast keine biologisch produzierten Lebensmittel eingekauft. Es gibt auch keine Richtlinien für den Einkauf. Dies sind zwei Punkte, welches es zu verbessern gilt. Bei biologisch produzierten Lebensmitteln spielt der Kostenfaktor eine grosse Rolle. Hier müsste es bestimmt einige Budget-Anpassungen geben. Abbildung 33 zeigt den Unterschied in den Strukturen zwischen biologisch und herkömmlich Produzierten Lebensmittel unter dem Mikroskop (Dänzer, 2014).

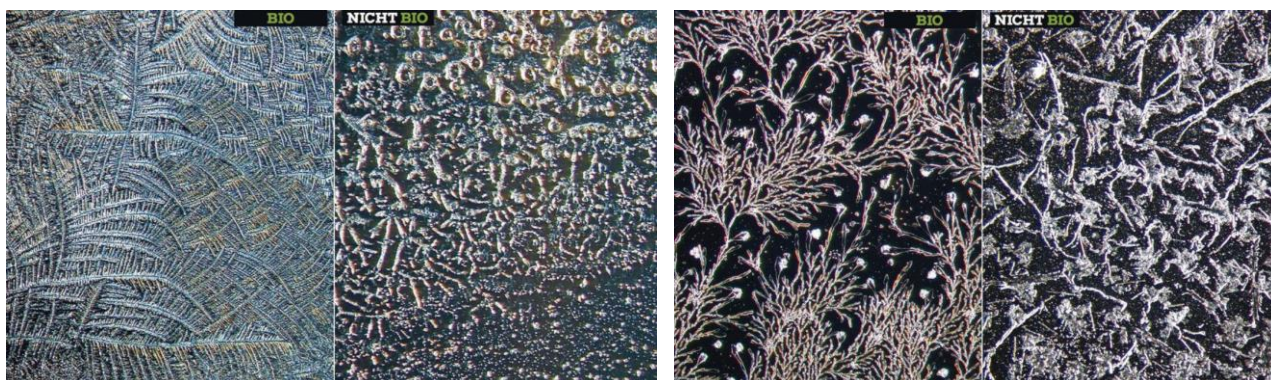


Abbildung 33 - links: Reis 400-fach vergrössert, rechts: Orange 400-fach vergrössert

### 7.4.1. Herkunft der Lebensmittel deklarieren

Die Herkunft der Lebensmittel ist im Speisesaal nicht ersichtlich. Zum Beispiel der regionale Käse oder das selbst gemachte Brot sind nicht angeschrieben. Entweder können die Produkte am Buffet angeschrieben werden oder die Gäste erhalten die Information an ihrem Platz mittels eines kleinen Informationsblattes. Mithilfe von laminierten Kärtchen, löslichen Filzstiften und einem Tischkartenhalter können die Lebensmittel einfach beschriftet werden. Die Kärtchen können mithilfe von Alkohol gereinigt und wiederverwendet werden. Kleine Kreidetafeln mit passendem Kreidestift würden hier auch eine wiederverwendbare Option bieten.

Es wäre auch denkbar mit einem Farbschema zu arbeiten, bei Produkten welche häufig vom selben Ort kommen oder selbst gemacht sind. Zum Beispiel könnte die Information für die Gäste immer dieselbe sein:

- Grüne Servietten im Brotkorb = selbst gemacht
- Käse mit einem gelben Kleber auf dem Servierteller = stammen aus Locarno und Umgebung
- Käse mit einem orangen Kleber auf dem Servierteller = stammen aus dem Tessin
- Rote Kleber verweisen auf Produkte, welche nicht von der Region stammen oder vom Ausland kommen

Die Kleber können jeweils nur einmal verwendet werden. Alternativ könnte man auch mit laminierten Blättern arbeiten, welche als Untersetzter für die Servierteller verwendet werden.

### 7.4.2. Beelong, der Eco-Score aller Lebensmittel

Beelong ist ein Unternehmen, welches der Frage nachgeht «Wie kann man umweltfreundliche Produkte wählen?». Um diese Frage zu beantworten haben sie den Beelong-Indikator kreiert, mit welchem sie die Umweltbelastung der Lebensmitteleinkäufe bewerten. Ein erklärtes Ziel von ihnen ist es, die negativen Umwelteinflüsse des Gastgewerbes und der Lebensmittelindustrie zu reduzieren. Seit 2017 haben sie ihr Angebot erweitert und arbeiten mit verschiedenen Akteuren zusammen. Sie alle setzen sich für die Zukunft der Erde ein und wollen für Transparenz im Lebensmittelsystem sorgen. (École hôtelière de Lausanne, 2019)

Der Indikator soll dabei helfen, die Transparenz bei den Lebensmitteln zu fördern und die Wirkung auf die Erde aufzuzeigen. Um als Kunde nachhaltig zu konsumieren, benötigt es Informationen. Durch den Indikator von Beelong werden Lebensmittel basierend auf fünf Kriterien bewertet (Abbildung 34) um deren Einfluss auf die Umwelt zu zeigen. Ein Produkt kann die Note zwischen A und G erhalten. Die Kriterien sind: (École hôtelière de Lausanne, 2019)

- Herkunft der Lebensmittel
- Die Saison
- Die Produktionsweise
- Der Einfluss auf das Klima und die Ressourcen
- Die Verarbeitung der Produkte

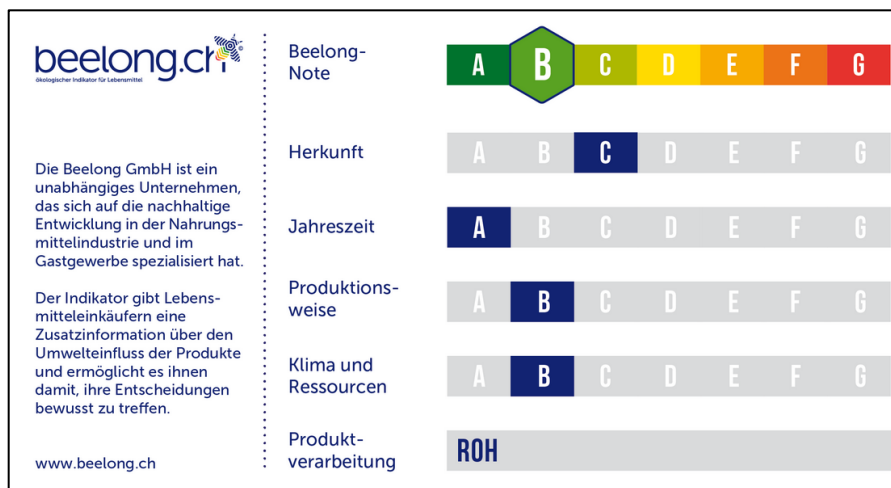


Abbildung 34 - Bewertungsbeispiel eines Lebensmittels (École hôtelière de Lausanne, 2019)

### Dienstleistungen durch Beelong

Beelong bietet einige für die Casa Moscia spannende Angebote an. Beelong bietet eine Diagnose der Lebensmitteleinkaufspolitik an, bei welcher sie eine detaillierte Bestandsaufnahme erstellen. Danach wird ein Gesamtüberblick über die Umweltleistung gegeben. Im Laufe dieses Prozesses kann die Kommunikation verbessert werden und es werden von

Beelong Lösungen präsentiert, um die Umweltfreundlichkeit des Einkaufes zu erhöhen. Die Diagnose wird mit einem Zertifikat ausgewiesen. In diesem Zusammenhang kann man Beelong direkt den Auftrag zur Suche nach geeigneten Produktinformationen übertragen.

Weiter bietet Beelong drei Lebensmittel Guides zum Thema Saison, Labels und Meeresfrüchte an. (École hôtelière de Lausanne, 2019)

Beratungen in den Bereichen Gastronomie, Lebensmittelmarkt und Umwelt werden von Beelong auch angeboten. Die Beratungen decken die Themenfelder Betreuung, Kommunikation und Schulungen ab. Bei der Betreuung können es Themen sein wie Projektbegleitung, Marktanalysen, Umweltdaten oder personalisierte Lösungen. Bei der Kommunikation geht es um den Support vor Ort, die Unternehmensleitlinien sowie die Webpublikation. Schulungen sind auf die Küchenchefs und Einkäufer ausgerichtet. (École hôtelière de Lausanne, 2019)

Für die Casa Moscia wäre eine Diagnostik der Einkäufe und eine anschliessende Beratung sicher sinnvoll. Der jetzige Stand der Lebensmitteleinkaufspolitik kann von Beelong erstellt und durch ihre Lösungsansätze verbessert werden. Dies kommt auch der Label Zertifizierung zugute. Es könnten einige Bereiche verbessert werden, was eine höhere Punktezahl bei ibex fairstay zur Folge hätte.

#### **7.4.3. Reduktion der Snacks am Buffet und in den Automaten**

---

Die Casa Moscia bietet einzeln verpackte Snacks am Buffet und in den zwei Automaten in der Cafeteria an. Diese Produkte erzeugen eine Häufung von Plastikabfall und sind zum Grossteil nicht aus der Region. Eine Reduktion des Sortiments zumindest am Buffet, welche über dem Salatbuffet aufliegen, könnte in Betracht gezogen werden, wenn nicht vollständig darauf verzichtet werden möchte. Früchte, Tee und Kaffee stehen den Gästen tagsüber bereits in der Cafeteria zur Verfügung

#### **7.4.4. Reduktion der einzeln verpackten Lebensmittel am Buffet**

---

Die einzeln verpackten Lebensmittel am Buffet (Konfitüre, Butter und weitere) wurden bereits durch Eigeninitiative der Mitarbeitenden reduziert. Es gibt aber sicher noch Verbesserungspotenzial. In Verbindung mit Beelong könnte dieses Thema aufgegriffen werden.

Die Notwendigkeit dieser Produkte müsste grundsätzlich überdacht werden. Die Produkte könnten reduziert werden, indem die Gäste diese zum Beispiel nur auf Nachfrage erhalten. Die Casa Moscia könnte aber auch eine Testphase durchführen. Merken oder beschweren sich die Gäste, wenn diese Produkte nicht mehr am Buffet anzutreffen sind? Wenn dies nicht der Fall ist, können die Produkte weggelassen werden, da diese eigentlich offen am Buffet gefunden werden können.



## 7.5. Haustechnik

---

Die Haustechnik profitiert sehr vom geplanten Umbau. Es gibt dennoch einige Punkte welche zusätzlich beachtet werden müssen.

Bei Umbau sollte darauf geachtet werden, dass keine neuen Sockel für die Leuchtmittel eingebaut werden. Es muss nachgeschaut werden, welcher der bereits bestehenden Sockel sich für die neuen Lampen eignen würde. Dies kann mit dem Mitarbeiter der Haustechnik besprochen werden.

Der weitere Ausbau von Lichtsensoren in Gemeinschaftsbereichen ist wünschenswert. Zum Beispiel brennt die Lampe im Verkaufsladen durchgehend. Dies hat natürlich einen ökonomischen Grund. Jedoch müssen die Gäste mindestens zwei Mal in diesen Raum – bei der An- und Abreise. Bei diesen Lampen würde sich ein Sensor eignen. Dies könnte ausgeweitet werden auf die Aussenbeleuchtung.

Des Weiteren könnten auch Zeitschaltuhren in Betracht gezogen werden. Um beim selben Beispiel zu bleiben: Das Licht im Verkaufsladen wird um 21 Uhr automatisch abgestellt.

Als Überbrückung bis zum Umbau sollte auf Energie umgestellt werden, welche aus 100 % erneuerbaren Energiequellen stammt. Diese Umstellung sollte direkt beim Stromlieferanten beantragt werden können.

Der Umbau im Jahr 2022 löst bereits viele der technischen Probleme. Es wird deshalb hier nicht weiter auf Themen im Bereich Energie eingegangen.

## 7.6. Beschriftung Recycling Station

---

Aus der Befragung ist hervorgegangen, dass nicht alle Gäste ihre PET und Glasflaschen entsorgen.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wieso das so ist. Es könnte daran liegen, dass die Station nicht aktiv beworben wird. Diese sollte beim Check-In an der Rezeption zum Thema gemacht werden. Die Gäste können bei der Ankunft über die produzierte Menge an Abfall informiert werden und hoffentlich sinkt diese Menge mit der Zeit, weil mehr recycelt wird. Dies ist ein Erfolg, an dem man die Gäste teilnehmen lassen sollte. Die Gäste können auf diesem Weg auch motiviert werden, dabei mitzumachen. Denn der Abfall kann nur mit Hilfe der Gäste reduziert werden.

Die Recycling Station sollte auch in die Zimmer-Information zur Nachhaltigkeit integriert werden. Die Gäste können sich die Informationen nochmals in Ruhe durchlesen.

Eine weitere Möglichkeit könnte auch die schlechte Beschriftung sein. Kleine schwarze Buchstaben auf braun/rotem Hintergrund sind schlecht zu erkennen (Abbildung 35).



Abbildung 35 - Beschriftung Recycling Station

Eine grössere und vor allem hellere Schrift würde sich auf diesem Hintergrund anbieten. Die Türen könnten auch neu und auffälliger gestaltet und angemalt werden. Zum Beispiel könnte man den Inhalt bildlich darstellen oder Icons verwenden. Oder Kinder könnten diese Türen bemalen? Vielleicht gibt es kreative Mitarbeitende, welche sich dieser Türen annehmen möchten? Wie wäre es, wenn jede Tür eine eigene Farbe erhalten würde, wie ein Regenbogen?

Wenn dieser Bereich der Herberge jedoch farblich zurückhaltend gestaltet werden sollte, wie dies jetzt der Fall ist, sind grössere Buchstaben und/oder Icons sowie eine bessere Hintergrundfarbe ein simpler Weg, um eine Verbesserung zu erzielen.

Zur besseren Veranschaulichung folgt in Abbildung 36 ein eigens erstelltes Beispiel mit weisser Schrift und Icons als Veranschaulichung:

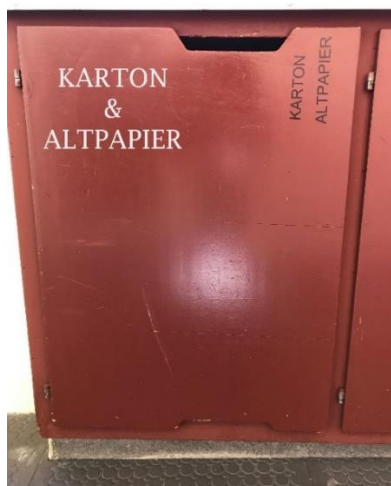


Abbildung 36 - Beispiel Beschriftung in weisser Farbe und mit Icons

Schlussendlich muss die Beschriftung sowie auch die Kommunikation verbessert werden. Eine verbesserte Beschriftung allein wird nicht mehr Gäste dazu bewegen, ihren Abfall zu recyceln.



## 8. Vorgehen für die Anmeldung bei ibex fairstay

---

Am 18. Mai 2019 hat sich die Geschäftsleitung für eine Zertifizierung von ibex fairstay angemeldet. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Geschäftsleitung sowie auch die Mitarbeitenden über den Sommer nicht die Zeit aufbringen können, um sich um die Anmeldung zu kümmern.

Wie sollte das weitere Vorgehen aussehen?

Bis Ende Oktober 2019 sollte das Nachhaltigkeitsteam gebildet werden, welches sich um die Umsetzung der Anmeldung kümmern wird. Dieses Team kann nach dem Abschluss der Anmeldung dieselben Funktionen und Aufgaben, welche in Kapitel 7.1.1. geschildert wurden, übernehmen.

Mitte Oktober 2019 wird eine Startsitung mit den Bereichsleitenden durchgeführt. Die betroffenen Mitarbeitenden werden über Ihre Rolle im Nachhaltigkeitsteam, sowie über ihre Aufgaben während dem Anmeldeprozess informiert. Für die Anmeldung müssen die Mitarbeitenden mit einbezogen werden, welche die benötigten Informationen zusammentragen können. Zum Beispiel ein Mitarbeitende aus der Haustechnik kümmert sich um die benötigten Verbrauchsdaten und trägt diese zusammen.

Bei dieser Startsitung wird das Label ibex fairstay kurz vorgestellt sowie die Funktion des Nachhaltigkeitsteams und ihre Rolle im ganzen Prozess erklärt. Das weitere Vorgehen wird bei dieser Situng erläutert und Termine werden gesetzt.

Die Anmeldung muss von der Geschäftsleitung geführt aber auch delegiert werden. Die für die Anmeldung relevanten Bereiche werden an die Mitglieder des Nachhaltigkeitsteams abgegeben. Die Mitarbeitenden können als Team beim Prozess mitwirken und die Zertifizierung wird durch die Leistung des ganzen Betriebes erreicht. Dies kann die Akzeptanz des Labels bei den Mitarbeitenden fördern. Es wird so zu Ihrem Projekt und es bleibt nicht nur eine Aufgabe, welche von der Geschäftsleitung aufgetragen wurde.

## 9. Schlussfolgerungen

"Wenn an vielen kleinen Orten viele Menschen viele kleine Dinge tun,  
wird sich das Angesicht unserer Erde verändern."

~ afrikanisches Sprichwort ~

Die Casa Moscia bemüht sich bereits um die Nachhaltigkeit im Betrieb. Jedoch haben die Situationsanalyse und die Mitarbeitendenbefragung gezeigt, dass nicht alle Bereiche der Nachhaltigkeit gleich gut abgedeckt werden. Es besteht vor allem Handlungsbedarf in der Kommunikation, intern sowie extern. Zusätzlich besteht in einigen Bereichen, welche nicht durch den Umbau verbessert werden, Handlungsbedarf.

Die in dieser Bachelorarbeit gegebenen Handlungsempfehlungen sollten der Casa Moscia den Start zu einem nachhaltigeren Betrieb erleichtern und den Prozess dazu anstossen, sich stetig und nachhaltig zu verbessern. Der grösste Schritt und die grösste Herausforderung wird jedoch die Anmeldung für das Nachhaltigkeitslabel ibex fairstay und die Vorbereitungen auf den bevorstehenden Umbau sein. Diese beiden Schritte könnten zu einem Umdenken bei den Mitarbeitenden und den Gästen führen. Das Label macht für die Mitarbeitenden sowie die Gäste sichtbar, wo sich die Casa Moscia für die Nachhaltigkeit einsetzt und wie sie sich stetig verbessert. Durch den Umbau können den Gästen klare und sichtbare Massnahmen präsentiert werden, welche sie auch mitverfolgen können.

Der definitive Anmeldeprozess für ibex fairstay wird im Herbst 2019 beginnen. Die Zertifizierung ist auf den Saisonstart 2020 geplant.

Die Casa Moscia ist seit dem 24. Mai 2019 auf der Homepage von ibex fairstay als «in Prüfung» aufgelistet (Abbildung 37).

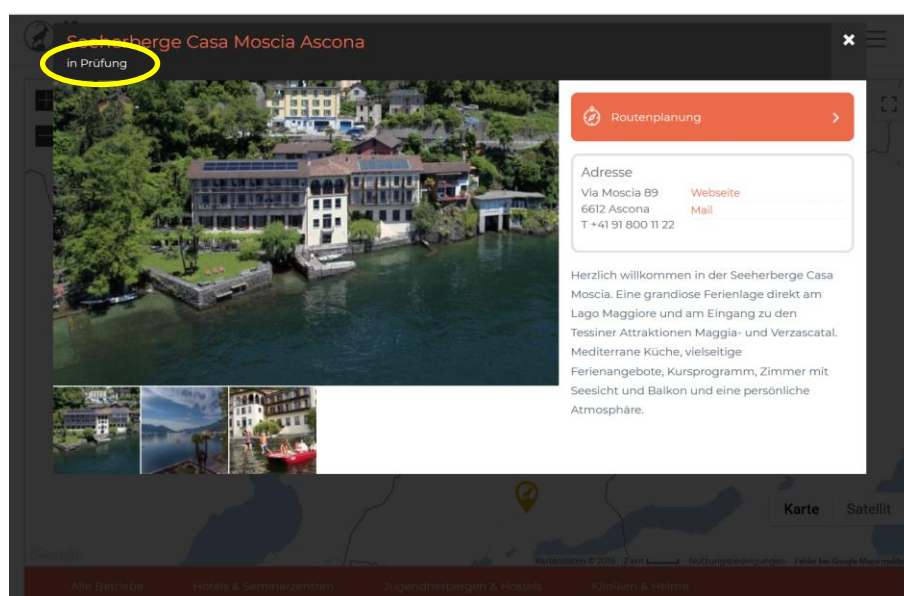


Abbildung 37 – Casa Moscia unter den ausgezeichneten Betrieben auf der Homepage von ibex fairstay (ibex fairstay, 2019)

## 9.1. Ausblick Casa Moscia

---

Wo steht die Casa Moscia nach dem Umbau im Jahr 2022? Mit dieser Arbeit wurde der Prozess zu einem nachhaltigeren Betrieb angestossen und bereits zu einem frühen Stand der Arbeit einiges in Gang gesetzt. Die Anmeldung für das Label wurde bereits früh in diesem Prozess gemacht und geht als eine erste Handlung und Verpflichtung aus dieser Arbeit heraus. Der Prozess hat somit erst angefangen und wurde durch diese Arbeit weiter unterstützt. Der Anmeldeprozess, welcher nach Beendigung der Saison 2019 beginnt, wird ein Meilenstein sein, in der Hoffnung, dass die Casa Moscia die neue Saison 2020 als zertifizierter Betrieb starten kann. Bei der Rezertifizierung nach dem geplanten Umbau im Jahr 2022 und mit den umgesetzten Empfehlungen wird die Casa Moscia bestimmt einen höheren Zertifizierungsgrad erreichen können. Dies dient der Casa Moscia als Motivation, sich stetig zu verbessern und den Prozess in Richtung Nachhaltigkeit weiterzuverfolgen. Die Mitarbeitenden sowie die Gäste können durch eine höhere Rezertifizierung die handfesten Fortschritte mitverfolgen.

## 10. Literaturverzeichnis

---

- 2ask. (12. 05 2019). *Mitarbeiterbefragung*. Von 2ask.de: <https://www.2ask.de/Konzeption-einer-Mitarbeiterbefragung--432d.html> abgerufen
- Bundesamt für Raumentwicklung. (2012). *Tourismus und Nachhaltige Entwicklung - Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten*. Bern: BBL.
- Casa Moscia. (03. 03 2018). *Die Casa Moscia – ein Überblick...* Von [www.casamoscia.ch](http://www.casamoscia.ch): <https://www.casamoscia.ch/ueber-uns/> abgerufen
- Casa Moscia. (12. 07 2019). *Ökologische Alternative*. Von [moscia2022.ch](http://moscia2022.ch): <https://www.moscia2022.ch/oekologische-alternative> abgerufen
- Dänzer, W. (2014). *Die unsichtbare Kraft in Lebensmitteln. Bio und Nichtbio im Vergleich*. Zürich: Verlag Bewusstes Dasein.
- Doppelt, B. (2010). *Leading change towards sustainability*. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing Limited.
- École hôtelière de Lausanne . (01. 08 2019). *Der Beelong-Indikator*. Von [beelong.ch](http://beelong.ch): <https://beelong.ch/de/indicateur-beelong/> abgerufen
- École hôtelière de Lausanne . (01. 08 2019). *Über uns*. Von [beelong.ch](http://beelong.ch): <https://beelong.ch/de/a-propos/> abgerufen
- École hôtelière de Lausanne. (03. 08 2019). *Dienstleistungen*. Von [beelong.ch](http://beelong.ch): <https://beelong.ch/de/services/> abgerufen
- Engels, B., & Job Hoben, B. (2009). *Nachhaltiger und naturverträglicher Tourismus Strategien, Erfolgsfaktoren und Beispiele zur Umsetzung* (Bd. Naturschutz und Biologische Vielfalt). Bonn: Bundesamt für Naturschutz.
- fair unterwegs – arbeitskreis tourismus & entwicklung. (28. 04 2019). *Auswahlverfahren*. Von [fairunterwegs.org](http://fairunterwegs.org): <https://www.fairunterwegs.org/vor-der-reise/labelfuehrer/auswahlverfahren/> abgerufen
- fair unterwegs – arbeitskreis tourismus & entwicklung. (28. 04 2019). *Orientierungshilfe im touristischen Labeldschungel*. Von [fairunterwegs.org](http://fairunterwegs.org): <https://www.fairunterwegs.org/vor-der-reise/labelfuehrer/> abgerufen
- Freyberg, B., Gruner, A., & Hübschmann, M. (2014). *Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie* . Stuttgart: Matthaes Verlag GmbH.
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) . (10. 03 2019). *What is the GSTC?* Von [gstcouncil](http://gstcouncil.org): [www.gstcouncil.org/about/about-us/](http://www.gstcouncil.org/about/about-us/) abgerufen

- Gogoll, F., & Wenke, M. (2017). *Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- ibex fairstay. (02. 06 2019). *Ausgezeichnete Betriebe*. Von ibexfairstay.ch: <https://ibexfairstay.ch/ausgezeichnete-betriebe/> abgerufen
- ibex fairstay. (02. 06 2019). *Der Weg zur Auszeichnung*. Von ibexfairstay.ch: [https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2017/01/Der\\_Weg\\_zur\\_Auszeichnung.pdf](https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2017/01/Der_Weg_zur_Auszeichnung.pdf) abgerufen
- ibex fairstay. (10. 06 2019). *Die fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit*. Von ibexfairstay.ch: [https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2017/02/Die\\_fuenf\\_Dimensionen\\_der\\_Nachhaltigkeit.pdf](https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2017/02/Die_fuenf_Dimensionen_der_Nachhaltigkeit.pdf) abgerufen
- ibex fairstay. (02. 06 2019). *Information Ibex Fairstay für Betriebe*. Von ibexfairstay.ch: [https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2018/08/Informationen\\_ibex\\_fairstay\\_Betriebe.pdf](https://ibexfairstay.ch/wp-content/uploads/2018/08/Informationen_ibex_fairstay_Betriebe.pdf) abgerufen
- ibex fairstay. (10. 06 2019). *Schlüssel zum Erfolg? Inhouse Mitarbeiter-Schulung von ibex fairstay*. Von ibexfairstay.ch: <https://ibexfairstay.ch/schulungsangebot-ibex-fairstay/> abgerufen
- ibex fairstay. (15. 04 2019). *Zertifizierung*. Von ibexfairstay.ch: <https://ibexfairstay.ch/zertifizierung/> abgerufen
- ibex fairstay. (02. 06 2019). *Zertifizierung*. Von ibexfairstay.ch: <https://ibexfairstay.ch/zertifizierung/> abgerufen
- Kurhaus Bergün AG. (17. 06 2019). *Leitbild*. Von kurhausberguen.ch: <https://kurhausberguen.ch/wp-content/uploads/2014/05/KHB-Leitbild.pdf> abgerufen
- Löbel, J., Schröger, H.-A., & Closhen, H. (2005). *Nachhaltige Managementsysteme. Sustainable Development durch ganzheitliche Führungs- und Organisationssysteme - Vorgehensmodell und Prüflisten*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Martin, P., & Fabian, D. (2010). *Schlussbericht Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie*. Luzern: Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern.
- Monshausen, A., Zotz, A., Plüss, C., & Kühhas, C. (2016). *Nachhaltigkeit im Tourismus - Wegweiser durch den Labeldschungel* (3. Auflage Ausg.). (Naturfreunde Internationale, arbeitskreis tourismus & entwicklung, ECOTRANS e. V., & Brot für die Welt, Hrsg.) Wien.
- Pusch – Praktischer Umweltschutz. (11. 03 2019). *EU-Ecolabel*. Von labelinfo.ch: <http://labelinfo.ch/de/labels?t=0&id=72> abgerufen
- Pusch – Praktischer Umweltschutz. (11. 03 2019). *Travelife*. Von labelinfo.ch: <http://labelinfo.ch/de/labels?t=0&id=174> abgerufen

- PUSH - Praktischer Umweltschutz. (11. 03 2019). *Bio Hotels*. Von labelinfo.ch: <http://labelinfo.ch/de/labels?t=0&id=136> abgerufen
- Schweizer Jugendherbergen. (2018). *Geschäftsbericht 2017 zur nachhaltigen Entwicklung*. Zürich: Schweizer Jugendherbergen | .
- Schweizerischer Bundesrat. (2010). *Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz: Bericht des Bundesrates*. Bern: BBL.
- Schweizerischer Bundesrat. (2018). *Tourismusstrategie des Bundes*. Bern: BBL.
- Seminarhotel Lihn. (17. 06 2019). *Nachhaltigkeit*. Von lihn.ch: <https://www.lihn.ch/nachhaltigkeit> abgerufen
- Stiftung myclimate. (01. 06 2019). *Der "Cause We Care"- Mechanismus*. Von causewecare.ch: <https://www.causewecare.ch/fuer-firmenkunden/cause-we-care-mechanismus/> abgerufen
- Stiftung myclimate. (16. 05 2019). Offerte "Cause We Care" für die Casa Moscia. "Cause We Care". Zürich.
- Stiftung myclimate. (01. 06 2019). *Warum «Cause We Care»?*  Von causewecare.ch: <https://www.causewecare.ch/cause/> abgerufen
- The Monarch Hotel. (14. 06 2019). *Nachhaltigkeit*. Von monarchbadgoegging.com: <https://www.monarchbadgoegging.com/hotel/nachhaltigkeit.html> abgerufen
- Thomas, D., & Aberspach, T. (2011). Übertragbarkeit von Change auf andere Organisationsformen. *Change - Veränderung nachhaltigkeitsrelevanter Routinen in Organisationen*. Berlin: LIT Verlag.
- Verein BIO HOTELS. (11. 03 2019). *Mitglied im Verein werden*. Von biohotels.info: <https://www.biohotels.info/de/bio-hotels/mitglied-werden/> abgerufen
- Weber, F., & Taufer, B. (2016). *Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen*. Luzern: Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft ITW.

## Abbildungsverzeichnis

---

Abbildung 1 – Logo Casa Moscia.....	5
Abbildung 2 - Die Gebäude der Casa Moscia .....	5
Abbildung 3 - Methodisches Vorgehen.....	8
Abbildung 4 - Der "Cause We Care" – Mechanismus (Stiftung myclimate, 2019).....	16
Abbildung 5 - Anwendungsbeispiel Buchungsprozess .....	16
Abbildung 6 - Anwendungsbeispiel Aufteilung der Kosten.....	17
Abbildung 7 – Die vier Auszeichnungsstufen (ibex fairstay, 2019) .....	23
Abbildung 8 – Organisation Ibex Fairstay (ibex fairstay, 2019).....	24
Abbildung 9 – Dimension Management.....	24
Abbildung 10 – Dimension Umwelt .....	25
Abbildung 11 – Dimension Regionalität.....	25
Abbildung 12 – Dimension Soziales .....	25
Abbildung 13 - Dimension Wirtschaft .....	25
Abbildung 14 – Beschriftungen verschiedener Räume an den Fassaden (Quelle: S. Haessig) .....	37
Abbildung 15 - Architektur Casa Moscia (Quelle: S. Haessig) .....	38
Abbildung 16 – Architektur & Garten Casa Moscia (Quelle: S. Haessig) .....	38
Abbildung 17 – Hinweis zur Anreise auf der Webseite des Casa Moscia .....	39
Abbildung 18 – Garten Casa Moscia (Quelle: S. Haessig) .....	40
Abbildung 19 – Architektur ist an Landschaftsbild angepasst (Quelle S. Haessig) .....	41
Abbildung 20 – Nager-Jäger (Quelle S. Haessig).....	41
Abbildung 21 – Recycling Station Casa Moscia (Quelle S. Haessig).....	42
Abbildung 22 – Einzeln verpackte Seife in Zimmern mit einem Lavabo.....	42
Abbildung 23 – Hinweis für die Gäste .....	42
Abbildung 24 – Snack-Automaten in der Cafeteria für die Gäste.....	43
Abbildung 25 – Auswertung Frage 2, n=7 .....	44
Abbildung 26 - Auswertung Frage 3, n=7 .....	46
Abbildung 27 - Auswertung Frage 4, n=7 .....	47



---

Abbildung 28 - Nachhaltigkeitsstrategie der Schweizer Jugendherbergen .....	58
Abbildung 29 - Kommunikation Nachhaltigkeit auf der Homepage von Hotel Stadthallen in Wien .	62
Abbildung 30 - aktuelle Anreiseinformation .....	62
Abbildung 31 - Homepage von Casa Moscia: Reiter News .....	64
Abbildung 32 - Tischsteller von "Cause We Care" (Stiftung myclimate, 2019).....	66
Abbildung 33 - links: Reis 400-fach vergrössert, rechts: Orange 400-fach vergrössert.....	67
Abbildung 34 - Bewertungsbeispiel eines Lebensmittels (École hôtelière de Lausanne , 2019) ....	68
Abbildung 35 - Beschriftung Recycling Station.....	71
Abbildung 36 - Beispiel Beschriftung in weisser Farbe und mit Icons.....	71
Abbildung 37 – Casa Moscia unter den ausgezeichneten Betrieben auf der Homepage von ibex fairstay (ibex fairstay, 2019) .....	73

## Tabellenverzeichnis

---

Tabelle 1 – Gebäudedaten.....	6
Tabelle 2 – Mitarbeitende.....	6
Tabelle 3 – Touristische Kennzahlen .....	6
Tabelle 4 - Gäste .....	6
Tabelle 5 – Punktevergabe .....	9
Tabelle 6 – Ampelsystem Bewertung .....	10
Tabelle 7 - beteiligte Mitarbeitende .....	11
Tabelle 8 - Nachhaltigkeitskriterien pro Dimension.....	15
Tabelle 9 – Auswahl an Nachhaltigkeitslabel .....	21
Tabelle 10 - Stichworte pro Arbeitsbereich.....	45
Tabelle 11 - Antworten Frage 5 nach Arbeitsbereichen.....	47
Tabelle 12 - Antworten Frage 6 nach Arbeitsbereichen.....	49
Tabelle 13 - Antworten Frage 7 und 8 nach Arbeitsbereichen .....	50

## Anhang A – Checkliste für die Situationsanalyse

### Nachhaltigkeitskriterien Management

<b>Nachhaltigkeitsmanagement</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir haben eine(n) Nachhaltigkeitsbeauftragte(n).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch berücksichtigt.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachhaltigkeit ist bei uns im Leitbild verankert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Einbezug der Anspruchsgruppen</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir berücksichtigen die Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen (z.B. Bevölkerung, Gemeinde, Lieferanten, Partner, Gäste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir pflegen einen regelmässigen und konstruktiven Kontakt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Gästeinformation über die Nachhaltigkeit</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir kommunizieren unsere Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit aktiv gegenüber unseren Gästen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir zeigen unseren Gästen Möglichkeiten auf, wie sie sich selbst nachhaltig verhalten können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Nachhaltigkeitskriterien Wirtschaft

<b>Stärkung der regionalen Wirtschaft</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir leisten einen Beitrag zur Stärkung der regionalen Wirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beziehen wo immer möglich regionale Produkte und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wir engagieren nach Möglichkeit Beschäftigte aus der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir unterstützen das lokale Gewerbe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Wirtschaftlichkeit</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Das Angebot generiert direkt oder indirekt Wertschöpfung und/oder steigert die Aufenthalts-Attraktivität für die Gäste.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Nachhaltigkeitskriterien Soziales

<b>Gästebedürfnisse</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir gehen auf Gäste mit spezifischen Bedürfnissen (z.B. barrierefrei, familienfreundlich, seniorenfreundlich, Lebensmittelunverträglichkeiten etc.) ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entsprechende Informationen machen wir transparent verfügbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Arbeitsverhältnisse</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir bieten fortschrittliche Arbeitsbedingungen für unsere Beschäftigte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beziehen unsere Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse mit ein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bezahlen unsere Mitarbeitenden faire Löhne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir legen Wert auf Gleichberechtigung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir legen Wert auf die persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden (interne und externe Weiterbildungen, Lernende etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Sicherheit ist jederzeit gewährleistet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Die Mitarbeitenden werden im Bereich Nachhaltigkeit geschult	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lokale Kultur	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir achten bei Anschaffungen oder Reparaturen auf regionale Materialien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir helfen, das lokale Brauchtum zu pflegen und zu fördern.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Nachhaltigkeitskriterien Umwelt

Umgang mit Energie	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir erheben regelmässig unseren Energieverbrauch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir verwenden stromsparende Leuchtmittel (LED)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir implementieren Optimierungsmassnahmen zur Verminderung unserer CO2-Emissionen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben ein effizientes Heizsystem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beziehen Strom aus erneuerbarer Energie bzw. zertifizierter Wasserkraft.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei der Anschaffung von neuen Maschinen achten wir auf die Energieeffizienz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ältere Maschinen werden durch neue und energieeffiziente ausgetauscht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Umweltschonende Mobilität</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir ermuntern unsere Gäste zu einer umweltschonenden An- und Abreise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir informieren unsere Gäste über die Möglichkeiten der umweltschonenden Mobilität im Ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bieten attraktive Angebote vor Ort an (z.B. Abholservice, Gepäcktransport, Veloverleih).	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Natur und Landschaft</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir achten auf die Schonung von Natur und Landschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir bemühen uns laufend, Ressourcen und die Biodiversität zu schonen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir legen Wert auf eine naturnahe Umgebung (Gestaltung und Artenzusammensetzung des Gartens) und unser Gebäude ist an das Orts- und Landschaftsbild angepasst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei Projekten und Aktivitäten achten wir auf einen rücksichtsvollen Umgang mit der Landschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Schonung Umweltressourcen</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir haben Wassersparmassnahmen umgesetzt/geplant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir trennen und rezyklieren Abfall im Betrieb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir stellen kleine Duschshampoo/-gel pro Gast /Zimmer zu Verfügung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir verwenden umweltverträglichen Reinigungsmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir kaufen die Reinigungsmittel in Grossverpackungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Gäste</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Die Gäste können wählen, wie oft die Tücher im Bad gewechselt werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Gäste haben die Möglichkeit, ihren Abfall zu trennen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Gäste haben die Möglichkeit, ihre Speiseresten im Restaurant getrennt zu entsorgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Gäste haben die Möglichkeit, die Zimmerreinigung abzustellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Gastronomie</b>	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils-teils	Trifft eher zu	Trifft voll zu	K.A.
Wir beziehen vorwiegend Lebensmittel und Getränke aus der Region.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beziehen vorwiegend saisonale Lebensmittel und Getränke.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beziehen vorwiegend biologische Lebensmittel und Getränke.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir reduzieren unseren Food-Waste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Speisresten werden fachgerecht abgeholt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## Anhang B – Bewertung Situationsanalyse

Situationsanalyse	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	Teils-teils	trifft eher zu	trifft voll zu	Total Durchschnitt	Bewertung
	1	2	3	4	5		
Nachhaltigkeitskriterien Management							
Nachhaltigkeitsmanagement							
Wir haben eine(n) Nachhaltigkeitsbeauftragte(n).	1						
Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch berücksichtigt.	1						
Nachhaltigkeit ist bei uns im Leitbild verankert			3				
Total						1.65	Schlecht
Einbezug der Anspruchsgruppen							
Wir berücksichtigen die Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen			3				
Wir pflegen einen regelmässigen und konstruktiven Kontakt.			3				
Total						3	Mittel
Gästeinformation über die Nachhaltigkeit							
Wir kommunizieren unsere Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit aktiv gegenüber unseren Gästen			3				
Wir zeigen unseren Gästen Möglichkeiten auf, wie sie sich selbst nachhaltig verhalten können.			3				
Total						3	Mittel
Nachhaltigkeitskriterien Wirtschaft							
Stärkung der regionalen Wirtschaft							
Wir leisten einen Beitrag zur Stärkung der regionalen Wirtschaft				4			
Wir beziehen wo immer möglich regionale Produkte und Dienstleistungen				4			
Wir engagieren nach Möglichkeit Beschäftigte aus der Region			3				
Wir unterstützen das lokale Gewerbe				4			
Total						3.75	Gut bis mittel
Wirtschaftlichkeit							
Das Angebot generiert direkt oder indirekt Wertschöpfung und/oder steigert die Aufenthalts-Attraktivität für die Gäste.					5		
Total						5	Gut
Nachhaltigkeitskriterien Soziales							
Gästebedürfnisse							
Wir gehen auf Gäste mit spezifischen Bedürfnissen ein.				4			
Entsprechende Informationen machen wir transparent verfügbar.					5		
Total						4.5	Gut
Arbeitsverhältnisse							
Wir bieten fortschrittliche Arbeitsbedingungen für unsere Beschäftigte				4			
Wir beziehen unsere Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse mit ein					5		
Wir bezahlen unsere Mitarbeitenden faire Löhne					5		
Wir legen Wert auf Gleichberechtigung			3				

Wir legen Wert auf die persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden					5		
Die Sicherheit ist jederzeit gewährleistet				4			
Die Mitarbeitenden werden im Bereich Nachhaltigkeit geschult	1						
<b>Total</b>						<b>3.86</b>	<b>Gut bis mittel</b>
<b>Lokale Kultur</b>							
Wir achten bei Anschaffungen oder Reparaturen auf regionale Materialien				4			
Wir helfen, das lokale Brauchtum zu pflegen und zu fördern.		2					
<b>Total</b>						<b>3</b>	<b>Mittel</b>
<b>Nachhaltigkeitskriterien Umwelt</b>							
<b>Umgang mit Energie</b>							
Wir erheben regelmässig unseren Energieverbrauch					5		
Wir verwenden stromsparende Leuchtmittel (LED)					5		
Wir implementieren Optimierungsmassnahmen zur Verminderung unserer CO <sub>2</sub> -Emissionen		2					
Wir haben ein effizientes Heizsystem		2					
Wir beziehen Strom aus erneuerbarer Energie bzw. zertifizierter Wasserkraft.		2					
Bei der Anschaffung von neuen Maschinen achten wir auf die Energieeffizienz.					5		
Ältere Maschinen werden durch neue und energieeffiziente ausgetauscht.					5		
<b>Total</b>						<b>3.43</b>	<b>Gut bis mittel</b>
<b>Umweltschonende Mobilität</b>							
Wir ermuntern unsere Gäste zu einer umweltschonenden An- und Abreise			3				
Wir informieren unsere Gäste über die Möglichkeiten der umweltschonenden Mobilität im Ort				4			
Wir bieten attraktive Angebote vor Ort an (z.B. Abholservice, Gepäcktransport, Veloverleih).		2					
<b>Total</b>						<b>3</b>	<b>Mittel</b>
<b>Natur und Landschaft</b>							
Wir achten auf die Schonung von Natur und Landschaft				4			
Wir bemühen uns laufend, Ressourcen und die Biodiversität zu schonen.			3				
Wir legen Wert auf eine naturnahe Umgebung (Gestaltung und Artenzusammensetzung des Gartens) und unser Gebäude ist an das Orts- und Landschaftsbild angepasst.				4			
Bei Projekten und Aktivitäten achten wir auf einen rücksichtsvollen Umgang mit der Landschaft					5		
<b>Total</b>						<b>4</b>	<b>Gut bis mittel</b>
<b>Schonung Umweltressourcen</b>							
Wir haben Wassersparmassnahmen umgesetzt/geplant				4			
Wir trennen und recyceln Abfall im Betrieb					5		
Wir stellen kleine Duschshampoo/-gel pro Gast /Zimmer zu Verfügung		2					
Wir verwenden umweltverträglichen Reinigungsmitteln					5		
Wir kaufen die Reinigungsmittel in Grossverpackungen					5		
<b>Total</b>						<b>4.2</b>	<b>Gut bis mittel</b>

Gäste							
Die Gäste können wählen, wie oft die Tücher im Bad gewechselt werden					5		
Die Gäste haben die Möglichkeit, ihren Abfall zu trennen				4			
Die Gäste haben die Möglichkeit, ihre Speiseresten im Restaurant getrennt zu entsorgen					5		
Die Gäste haben die Möglichkeit, die Zimmerreinigung abzustellen					5		
<b>Total</b>						<b>4.75</b>	<b>Gut</b>
Gastronomie							
Wir beziehen vorwiegend Lebensmittel und Getränke aus der Region.				4			
Wir beziehen vorwiegend saisonale Lebensmittel und Getränke.			3				
Wir beziehen vorwiegend biologische Lebensmittel und Getränke.		2					
Wir reduzieren unseren Food-Waste					5		
Speisresten werden fachgerecht abgeholt				4			
<b>Total</b>						<b>3.6</b>	<b>Mittel</b>

## Anhang C – Kostenberechnung «Cause We Care» für die Casa Moscia

---

Um genauere Informationen zum Einführungsprozess und den Gebühren von «Cause We Care» zu erhalten wurde eine Offerte von Frau Rutishauser, Kundenbetreuung myclimate, eingeholt.

Die Kosten für die Implementierung betragen CHF 2'500. Danach folgen jährliche Lizenzkosten von CHF 1'800 als Programmmitgliedschaft. Die Implementierungskosten dürfen aus dem «Cause We Care» Fond bezahlt werden, nicht aber die Lizenzkosten. Diese müssen als Marketingkosten betrachtet werden (Stiftung myclimate, 2019).

### Kostenbeispiel Casa Moscia

---

Als Unterstützung für die Entscheidungsfindung, ob die Casa Moscia an diesem Programm teilnehmen möchte, wird mit dem Umsatz von 2018 ein Kostenbeispiel erstellt. Es wird für dieses Beispiel davon ausgegangen, dass ca. **60 % der Kunden den «Cause We Care» Betrag leisten**. Der geschätzte Prozentwert wurde der Offerte von Frau Rutishauser von myclimate entnommen. Als Ausgangswert für die nächsten drei Jahre wird der Umsatz vom Jahr 2018 verwendet und davon ausgegangen, dass das Programm **online sowie offline** angeboten wird.

#### Jahr 2019

Richtwert: Umsatz 2018	1'652'650	CHF
Beteiligungsrate 60%	991'590	CHF
1 % Beteiligung	9'915	CHF
<b>Betrag Gäste in Casa Moscia Fond</b>	<b>4'958</b>	<b>CHF</b>
Betrag Casa Moscia in eigenen Fond	9'915	CHF
<b>Total «Cause We Care» Fond (Gäste + Casa Moscia)</b>	<b>14'874</b>	<b>CHF</b>
Kosten Implementierung	2'500	CHF
<b>Neues Total nach Kosten</b>	<b>12'373</b>	<b>CHF</b>

Aus den Beträgen der Gäste darf der Betrieb die Implementierungskosten bezahlen. Zieht man die Kosten von CHF 2'500 von den Einnahmen von CHF 4'958 der Gäste ab, erhält der Betrieb einen Betrag von **CHF 2'458** in den «Cause We Care» Fond im ersten Jahr.

Der totale «Cause We Care» Fond von CHF 14'874 verringert sich demnach um CHF 2'500 auf ein neues Total von **CHF 12'373**.

## Jahr 2020

Im darauffolgenden Jahr würde der Umsatz anders aussehen. Für das Beispiel wird jedoch wieder derselbe verwendet.

Richtwert: Umsatz 2018	1'652'650	CHF
Beteiligungsrate 60%	991'590	CHF
1 % Beteiligung	9'915	CHF
<b>Betrag Gäste in Casa Moscia Fond</b>	<b>4'958</b>	<b>CHF</b>
Betrag Casa Moscia in eigenen Fond	9'915	CHF
<b>Total «Cause We Care» Fond (Vorjahr 12'373 + neues Jahr 14'874)</b>	<b>27'247</b>	<b>CHF</b>

## Jahr 2021

Im darauffolgenden Jahr würde der Umsatz anders aussehen. Für das Beispiel wird jedoch wieder derselbe verwendet.

Richtwert: Umsatz 2018	1'652'650	CHF
Beteiligungsrate 60%	991'590	CHF
1 % Beteiligung	9'915	CHF
<b>Betrag Gäste in Casa Moscia Fond</b>	<b>4'958</b>	<b>CHF</b>
Betrag Casa Moscia in eigenen Fond	9'915	CHF
<b>Total «Cause We Care» Fond (Vorjahr 27'247 + neues Jahr 14'874)</b>	<b>42'121</b>	<b>CHF</b>

Insgesamt würde die Casa Moscia CHF 12'374 durch den Beitrag der Gäste in den Fond einnehmen. Die Casa Moscia selbst muss jedoch CHF 29'747 in den Fond investieren.

Auf drei Jahre gerechnet und unter Abzug der Implementierungskosten würde der Fond ein **Total von 42'121** aufweisen.

## Lizenzierungskosten 2019-2021

Diese Kosten betragen CHF 1'800 pro Jahr. Diese Lizenzierungsbeiträge belaufen sich über drei Jahre auf **CHF 5'400**, welche als Marketingausgabe betrachtet werden müssen. Diese Marketingausgabe darf demnach nicht aus dem Fond bezogen werden.

Durch die Partnerschaft von myclimate mit ibex fairstay reduziert sich dieser Betrag um ca. 15 %. Die Reduktion beträgt pro Jahr CHF 270. Dies würde über drei Jahre neue Gesamtkosten von **CHF 4'590** ergeben.

## Anhang D – Beispiele Nachhaltigkeitskommunikation in der Hotellerie

---

### Beispiel aus dem Newsletter 2014 des Familienhotel Alpenhof in DE

*«Es ist geschafft! Der neue Alpenhof ist fertig gestellt und erstrahlt in einem vollkommen neuen Gewand!*

*In den letzten 100 Tagen haben überregionale und regionale Experten gemeinsam mit der gesamten Familie Pabst – mit viel Vorfreude und Herzblut – alles dafür gegeben, Ihren Alpenhof noch farbenfroher und ganz besonders zu gestalten. Peter Pabst lag es dabei am Herzen, nachhaltig und umweltschonend zu bauen sowie in erster Linie regionale Baumaterialien zu verwenden.*

*«Ich bin sehr stolz auf unseren neuen und nachhaltigen Alpenhof. Auf unseren Holzböden können unsere Gäste ab sofort wunderbar die Natürlichkeit des Materials, das der Umwelt zuliebe nur aus der näheren Umgebung bezogen wurde, spüren oder durch die atmungsaktive sowie energieeffiziente Schallisolierung aus Naturmaterialien vollkommene Ruhe geniessen. Dank modernster Brandschutztechnik müssen Sie sich auch keine Gedanken um das Wohl der Familie machen und können unbesorgt Ihren Urlaub geniessen. Neben diesen Neuerungen wartet der neue Alpenhof zudem mit vielen klimatischen Vorteilen auf Sie. Tanken Sie zum Beispiel durch die kontrollierte Wohnraumlüftung die immerwährende Frischluft oder erfreuen Sie sich besonders als Allergiker an einer zuvor gefilterten pollenfreien Luft, in der Sie sich rundum erholen können.*

*Somit: Tausend Dank an alle fleissigen Helferinnen und Helfer – wir freuen uns auf eine lustige, bunte Sommer-Saison mit Ihnen und Ihrer Familie»*

*- [www.alpenhof.org](http://www.alpenhof.org)*

### Auszug aus der Internetseite von The Monarch Hotel unter dem Reiter Nachhaltigkeit

*«Um die Umwelt zu schonen verzichten wir in unseren Zimmern auf eingeschaltete Fernseher zur Begrüssung und auf den Einsatz von Minibars. Um trotzdem den Wohnkomfort unserer Gäste nicht zu schmälern, haben wir mobile Kühlschränke, die bei Wunsch aufs Zimmer gebracht werden.»*

*Unser Umweltdenken*

*«Die tragenden Säulen unseres täglichen Handelns sind Qualität, Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen.*

*Damit auch in der Zukunft jeder einzelne in den Genuss unserer Umwelt kommen kann, schonen und pflegen wir sie gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, Lieferanten und unseren Gästen. All unser Handeln ist darauf bedacht, zukunftsfähig, modern und umweltbewusst zu sein. Wir gehen schonend mit Rohstoffen um und vermeiden deswegen den Einsatz von umweltschädlichen Produkten und die Überproduktion an Müll, egal ob Verpackungsmaterial oder Essensreste. Um unser Konzept des nachhaltigen Wirtschaftens umzusetzen, arbeiten wir Hand in Hand mit den Mitarbeitern und unseren Gästen. Wir sind offen für Kritik und neue Denkansätze, um zusammen Gutes weiter auszubauen und Neues auszuprobieren.» (The Monarch Hotel, 2019)*

### **Auszug aus der Internetseite des Seminarhotels Lihn unter dem Reiter Nachhaltigkeit**

*«Nachhaltiges Arbeiten und Wirken haben im Lihn und Menzihuus einen hohen Stellenwert: Es geht dabei um Schonung der Ressourcen, um kurze Transportwege, Einsatz von umweltschonend hergestellten Produkten und Lebensmitteln, um Stärkung der lokalen Produktion. Bei jedem Entscheid spielt der nachhaltige Gedanke eine zentrale Rolle.*

*Mitte 2017 setzte sich dann unser Gastgeber, Urs Brotschi mit seinem Team mit dem Thema ibex fairstay Zertifizierung auseinander. Und im Februar 2018 war es soweit – wir wurden mit ibex fairstay platinum für Nachhaltigkeit im Tourismus ausgezeichnet. Die Mitarbeitenden und der Vorstand sind stolz auf das Erreichte! Wir wollen diese Werte weiterhin pflegen. Und von Stillstehen ist keine Rede: Neue Ideen im Aktionsplan wollen in den kommenden Monaten umgesetzt werden, z.B. wird im nächsten Jahr eine E-Car Ladestation installiert. Das führende Schweizer Nachhaltigkeitssiegel ibex fairstay steht für unabhängig geprüfte Qualität in den Bereichen Management, Wirtschaftlichkeit, Umwelt, Soziales, regionale Wertschöpfung und Kultur und damit für nachhaltige Ferienerlebnisse» (Seminarhotel Lihn, 2019).*

### **Auszug aus dem Leitbild des Kurhaus Bergün**

*Wir sind einer umfassenden ökologischen, sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Diese schliesst das Kurhaus, unsere Angebote für die Gäste und unsere Finanzierung gleichermassen mit ein. Die bauliche Substanz des Kurhauses wird energieeffizient erneuert und ergänzt. Die unterschiedlichen Angebote für unsere Gäste werden nach ökologischen Gesichtspunkten und nach Kriterien der Haltbarkeit erstellt bzw. ausgewählt. Wir sind ein sozial vorbildlicher Arbeitgeber und engagieren uns in und für Bergün. Ökonomisch orientieren wir uns an einer gesunden, nicht auf Gewinnmaximierung ausgerichteten Wirtschaftlichkeit, an einer soliden Eigenfinanzierung und an fairen, attraktiven und auf die jeweiligen Gästesegmente zugeschnittenen Angeboten (Kurhaus Bergün AG, 2019).*



## Anhang E – Zimmerinformation zur Nachhaltigkeit

---



### Nachhaltigkeit in der Casa Moscia

**Herzlich willkommen in der Casa Moscia. Hier erfahren Sie mehr zu unseren Bemühungen als nachhaltigen Beherbergungsbetrieb.**

#### **Nachhaltigkeitslabel ibex fairstay**

Am .... wurden wir von ibex fairstay für Nachhaltigkeit im Tourismus mit Bronze ausgezeichnet. Wir sind sehr stolz auf dieses Ergebnis und freuen uns auf die Zusammenarbeit. Auf unserem Erfolg möchten wir uns jedoch nicht ausruhen und streben weiter nach Verbesserungen. Unser Ziel ist eine höhere Zertifizierung nach dem geplanten Umbau.

Ibex fairstay ist das führende Schweizer Label für Nachhaltigkeit. Das Label steht für unabhängig geprüfte Qualität in touristischen Betrieben und deckt die Bereiche Management, Umwelt, Soziales und Wirtschaftlichkeit ab und ermöglichen so ein nachhaltiges Ferienerlebnis.

#### **«Cause We Care»**

Durch Ihren «Cause We Care» Beitrag unterstützen Sie den lokalen sowie internationalen Klimaschutz. Ihr Beitrag fliesst in einen zweckgebundenen «Cause We Care»-Fond. Wir verdoppeln Ihren Beitrag in diesen Fond, um gemeinsam für eine nachhaltige Welt zu sorgen.

Die Hälfte Ihres Beitrages fliesst in einen Nachhaltigkeits-Fond und wird für Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Casa Moscia verwendet. So unterstützen Sie lokale Massnahmen zum Klimaschutz. Die andere Hälfte Ihres Beitrages unterstützt die Stiftung myclimate, welche mit dem Betrag Projekte zum Klimaschutz im Ausland finanziert.

Haben Sie Fragen zum Programm? Fragen Sie an der Rezeption nach mehr Informationen.

#### **Solidaritätsmahl**

Viele Menschen hungern. Wir verzichten und teilen, indem wir am Montagmittag keine frischen Produkte, sondern schmackhafte Reste verwerten. Die gesparten Lebensmittel rechnen wir mit CHF 4.00 pro teilnehmende Person ab und leiten die Summe an Projekte für notleidende Menschen weiter. Danke fürs Mitmachen und Ihre Solidarität!

## **Recycling**

Wir möchten unsere Abfallmengen reduzieren und achten sehr darauf, dass alle Materialien richtig recycelt werden. Die Recycling-Station finden Sie neben der Cafeteria. Sie können dort PET, Alu und Glas entsorgen. Wir bitten Sie, die Recycling-Station zu nutzen und Ihren Abfall getrennt zu entsorgen. Sie leisten damit einen wertvollen Beitrag zur Ressourcenschonung.

## **Reinigung der Zimmer**

Die Zimmer sind nicht immer gleich schmutzig, je nachdem wie viele Abenteuer Sie hier erleben. Wir reinigen deshalb die Zimmer alle zwei Tage. Wünschen Sie jedoch eine frühere Reinigung, können Sie diese gerne bei uns anmelden.

## **Wechseln der Tücher**

Die Reinigung der Gästetücher hat einen enormen Wasser- und Energieverschleiss. Wir konnten durch die Reduktion der Waschgänge bereits 30 % Wasser und Energie einsparen und schonen so unsere Umwelt. Möchten Sie Ihre Tücher noch einmal verwenden? Dann hängen Sie diese bitte im Zimmer auf. Möchten Sie jedoch, dass wir Ihre Tücher austauschen, dann legen Sie diese bitte auf den Boden.

Wir wünschen Ihnen in der Casa Moscia erholsame und nachhaltige Tage. Gerne geben wir Ihnen Tipps für Ausflugsmöglichkeiten und die Freizeitgestaltung.

Zentrumsleitung Rebekka und Michel Bieri und Mitarbeitende

## Anhang F - Erklärung betreffend das selbstständige Verfassen

---

### Erklärung betreffend das selbstständige Verfassen einer Bachelorarbeit im Departement Life Sciences und Facility Management

Mit der Abgabe dieser Bachelorarbeit versichert die Studierende, dass sie die Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst hat.

Die unterzeichnende Studierende erklärt, dass alle verwendeten Quellen (auch Internetseiten) im Text oder Anhang korrekt ausgewiesen sind, d.h. dass die Bachelorarbeit keine Plagiate enthält, also keine Teile, die teilweise oder vollständig aus einem fremden Text oder einer fremden Arbeit unter Vorgabe der eigenen Urheberschaft bzw. ohne Quellenangabe übernommen worden sind.

Bei Verfehlungen aller Art treten Paragraph 39 und Paragraph 40 der Rahmenprüfungsordnung für die Bachelor- und Masterstudiengänge an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften vom 29. Januar 2008 sowie die Bestimmungen der Disziplinar massnahmen der Hochschulordnung in Kraft.

Ort, Datum:

29.09.2019

Unterschrift:

